

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

PLAN DE TRABAJO DE GRADO



“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO CULTURAL, DE EXPOSICIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS PARA EL RESCATE DE LA HISTORIA, CULTURA, Y TRADICIONES AFROECUATORIANAS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”

PROYECTO DE TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.

ELABORADO POR: KARLA ELIZABETH DELGADO MENDEZ

DIRECTOR: ING. PEDRO HERRERA

OCTUBRE, 2014

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto ha sido elaborado para determinar la factibilidad de crear un centro cultural y de exposición en la Ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura. Para ello se realizó un diagnóstico situacional externo del sector comercial de la ciudad Ibarra a través del establecimiento de aliados, oponente, oportunidades y riesgos. Cuando se realizó el estudio de mercado se determinó que existe la necesidad por parte de los consumidores por adquirir el servicio. El estudio técnico determinó que la mejor localización del proyecto es en el sector del redondel de Ajavi, por que cuenta con las condiciones óptimas y necesarias para que se desarrolle sin problemas.

Para que se garantice el éxito de la microempresa es necesaria su constitución legal y administrativa. En lo económico financiero se determina que la inversión inicial para el proyecto es de\$ 35.648,25 dólares, repartida en fija, y capital de trabajo, estos recursos tienen su origen en un 15,84% de capital propio y el 84, 16% de capital financiado, después de analizar ingresos, costos y gastos se estructuró los estados financieros para posteriormente evaluarlos mediante los indicadores clásicos financieros, los cuales demuestran la factibilidad positiva en los escenarios estudiados. Con todo lo manifestado anteriormente, se muestra la factibilidad para la puesta en marcha del proyecto, así como los resultados de los impactos son positivos mismos que brindan mayor certidumbre para su implantación.

SUMMARY EXECUTIVE

This project has been developed to determine the feasibility of creating a cultural center and exhibition in the city of Ibarra, Imbabura Province. This external situational analysis of the commercial sector of the city of Ibarra dare establishing allies, opponents, opportunities and threats are made . When the market study was conducted it was determined that there is a need for consumers to acquire the service. The technical study determined that the best location of the project is in the circle of Ajavi sector, he has the best and necessary to run smoothly conditions.

To ensure the success of micro necessary legal and administrative constitution. In financial economics is determined that the initial investment for the project is \$ 35.648,25 U.S. dollars , divided into fixed, and working capital, these resources originate in 15,84% of capital and 84,16 % funded costs after analyzing income and expenses financial statements was structured to further evaluate by traditional financial indicators, which demonstrate the positive feasibility scenarios studied. With everything said above, the feasibility of implementation of the project is shown as well as the results of the same positive impacts are providing greater certainty for implantation.

AUTORÍA

Yo, Karla Delgado. Portadora de la cédula de ciudadanía N.- 1003100938, declaro bajo juramento que el trabajo es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no han sido presentados previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información.



Karla Delgado.
1003100938

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por la señorita egresada, Karla Elizabeth Delgado Méndez, para optar por el título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A., cuyo tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO CULTURAL, DE EXPOSICIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS PARA EL RESCATE DE LA HISTORIA, CULTURA Y TRADICIONES AFROECUATORIANAS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**.

Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 25 días del mes de octubre del 2014.



Ing. Pedro Herrera
DIRECTOR DE TESIS

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Karla Delgado, con cédula de ciudadanía N.- 1003100938, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos # 4, 5 y 6, en calidad de autora de la obra o trabajo de grado denominado: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO CULTURAL, DE EXPOSICIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS PARA EL RESCATE DE LA HISTORIA, CULTURA Y TRADICIONES AFROECUATORIANAS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA"**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.


.....
Karla Delgado
1003100938

Ibarra a los 25 días del mes de octubre del 2014

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

1.- IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DEL CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1003100938
APELLIDOS Y NOMBRES:	Delgado Méndez Karla Elizabeth
DIRECCIÓN:	Ibarra
EMAIL:	Karlaeliza89@yahoo.com
TELÉFONO:	0993362555/2601675
DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO CULTURAL, DE EXPOSICIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS PARA EL RESCATE DE LA HISTORIA, CULTURA Y TRADICIONES AFROECUATORIANAS, EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA"
AUTORA:	Karla Delgado
FECHA:	OCTUBRE 2014
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	PREGRADO POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.
ASESOR/DIRECTOR:	ING. PEDRO HERRERA

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, **Karla Delgado** con cédula de identidad N.- 1003100938, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que se asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 25 días del mes de octubre del 2014

EL AUTOR:

(Firma).....

Nombre: Karla Delgado.....

C.C.: 100310093-8.....

ACEPTACIÓN:

(Firma)x.....

Nombre: Ing. Betty Chávez

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

DEDICATORIA

Después de haber culminado mi vida estudiantil quiero dedicar este trabajo primero a Dios por haberme permitido estar aquí, porque cada día me ha iluminado y me ha bendecido para seguir adelante sin desmayar, a mis padres en especial a mi madre quien ha sido el pilar más fundamental en mi vida gracias a su apoyo económico y moral me ha permitido terminar mi carrera, al resto de mi familia mis hermanos, mi abuelita y mis tíos por cada consejo y por cada palabra de aliento que me ayudo a seguir adelante sin desmayar y a terminar esta meta importante para mí.

Karla Delgado.

AGRADECIMIENTO

Quiero extender mi más sincero agradecimiento a Dios, a mis licenciados académicos quienes supieron compartir sus múltiples conocimientos con paciencia y dedicación, a mi madre y a mi padre que desde el cielo me envía sus bendiciones, y en especial un agradecimiento al Ing. Pedro Herrera que quien con su profesionalismo y dedicación supo guiarme para culminar mi trabajo de grado. Y a todas las personas por su apoyo incondicional durante toda mi vida estudiantil.

Karla Delgado.

PRESENTACIÓN

En el trabajo desarrollado se pudo determinar la factibilidad del proyecto de **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO CULTURAL, DE EXPOSICIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS PARA EL RESCATE DE LA HISTORIA, CULTURA Y TRADICIONES AFROECUATORIANAS, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**.

A continuación se presenta un análisis de cada uno de los capítulos que se desarrollaron en el proyecto:

El diagnóstico situacional sirve para definir factores que beneficiarán al desarrollo del proyecto. Se realizará mediante la investigación del tema, las variables diagnósticas permitirán identificar aspectos relevantes dentro de la investigación.

El capítulo del marco teórico sirve para contextualizar bases teóricas que servirán como guías investigativas que fundamentarán el desarrollo del trabajo, a través del estudio de diferentes conceptos y definiciones que ayudarán a tener una clara idea acerca de la investigación a realizarse utilizando técnicas de recolección de información secundaria a través de la investigación de campo e investigación de gabinete, la utilización de libros, revistas, periódicos, manuales, documentos, folletos, etc.

El estudio de mercado es muy importante ya que de él se obtiene datos de la oferta y la demanda actual del producto o servicio y también permite conocer datos de los precios. Identifica el área de afectación del proyecto a corto y mediano plazo, se realizará a través de la aplicación de encuestas, entrevistas con expertos utilizando las técnicas de cuestionarios, para de esta manera poder determinar cuál va a ser el mercado meta, conocer cuáles van a ser los demandantes y poder identificar el tipo de servicio que se va a ofrecer.

El estudio técnico servirá para determinar la macro y micro localización del proyecto, la capacidad que tiene el centro cultural, como va a operar, capacidad económica capacidad instalada, viabilidad, dimensión alcance, instalaciones del equipo necesario para la prestación del servicio, capacidad física número real de personas atendidas, se diseñará el modelo que tendrá el centro cultural, de exposición y comercialización contando con la ayuda de expertos para realizar las decoraciones.

Se realizará una proyección de los Estados Financieros para cinco años que es el tiempo de duración del proyecto, se elaborará un presupuesto de la inversión que se va a requerir, también se realizan proyecciones de ventas, gastos, costos, flujos de caja, evaluación de proyecto a través del VAN Y TIR que nos indica si el proyecto es rentable o no. los ingresos se obtendrán en base a la necesidad determinada en el estudio de mercado.

Se creó una propuesta administrativa tomando como base misión, visión, organigrama estructural, y los diferentes requerimientos legales que debe cumplir la microempresa.

Se realizará un estudio preliminar que indique la incidencia que tendrá el proyecto en los diferentes aspectos Económico, Social, ambiental lo cual indicará que el proyecto es factible en beneficio y desarrollo de la ciudad de Ibarra.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
SUMMARY EXECUTIVE	iii
AUTORÍA	iv
CERTIFICACIÓN	v
CESIÓN DE DERECHOS	vi
AUTORIZACIÓN	vii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN	xi
ÍNDICE GENERAL	xiii
ÍNDICE DE CUADROS	xviii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xx
ÍNDICE DE TABLAS	xxi
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xxii

CAPÍTULO I DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

ANTECEDENTES	25
OBJETIVO GENERAL	25
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	25
VARIABLES DIAGNÓSTICAS	25
MATRIZ DE LA RELACIÓN DIAGNÓSTICA	27
ANTECEDENTES HISTÓRICOS	28
ASPECTOS SOCIO-DEMOGRÁFICOS	31
CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ AOR	33
MATRIZ AOR	34
MATRIZ DE CRUCES ESTRATÉGICOS	35

IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE LA INVERSIÓN	36
--	----

CAPÍTULO II

BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS

DEFINICIÓN DE CENTRO	37
SERVICIOS QUE BRINDA CENTRO CULTURAL Y DE EXPOSICIÓN	37
IMPLEMENTOS PARA UN CENTRO CULTURAL Y DE EXPOSICIÓN	37
DEFINICIÓN DE CULTURA	38
DEFINICIÓN DE EXPOSICIÓN	38
RESCATE DE LA HISTORIA AFROECUATORIANA	38
CULTURA AFROECUATORIANA	39
ARTESANÍAS AFROECUATORIANAS	40
ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS	40
TRADICIONES AFROECUATORIANAS	41
MÚSICA, DANZA, GASTRONOMÍA	42
REPRESANTACIONES MUSICALES	42
REPRESENTACIONES DE DANZA	44
ESTUDIO DE MERCADO	44
FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA	45
MEZCLA DE MERCADOTECNIA	45
PROMOCIÓN	45
ESTUDIO TÉCNICO	46
ESTUDIO FINANCIERO	46
FUNDAMENTOS DE CONTABILIDAD	47
IMPORTANCIA DE LA CONTABILIDAD	47
VALOR ACTUAL NETO(VAN)	48
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN(PRI)	48
PUNTO DE EQUILIBRIO(PE)	49
TASA INTERNA DE RETORNO(TIR)	49
RELACIÓN COSTO/BENEFICIO	49

IMPACTOS	50
----------	----

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

PRESENTACIÓN	51
INVESTIGACIÓN DE MERCADO	52
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	52
DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	52
TIPO DE INVESTIGACIÓN	52
IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	53
MERCADO META	53
SEGMENTO DE MERCADO	54
IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN	54
CÁLCULO DE LA MUESTRA	54
FÓRMULA DE CÁLCULO	55
DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	55
EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN	56
RESULTADO DE ENCUESTAS REALIZADAS	57
IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA	63
ANÁLISIS DE LA DEMANDA	63
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	64
PRONÓSTICO DE VENTAS	65
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	65
ANÁLISIS DE LA OFERTA	66
OFERTA HISTÓRICA	67
PROYECCIÓN DE PRECIOS	68
ESTRATEGIA COMERCIAL	68
PRODUCTO	68
PRECIO	69
PROMOCIÓN	69

DISTRIBUCIÓN	69
CONCLUSIONES DEL ESTUDIO	70

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

PRESENTACIÓN	71
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	72
FLUJOGRAMA DE PROCESOS	73
TAMAÑO DEL PROYECTO	74
FACTORES CONDICIONANTES DEL TAMAÑO DEL PROYECTO	74
LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	75
MACROLOCALIZACIÓN	76
MICROLOCALIZACIÓN	77
UBICACIÓN DE LA PLANTA	78
MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS	78
DISTRIBUCIÓN DEL CENTRO CULTURAL	80
DISEÑO DE LAS INSTALACIONES	80
PRESUPUESTO TÉCNICO	82

CAPÍTULO V

ESTUDIO ECONÓMICO

PRESUPUESTO DE LA INVERSIÓN	89
PRESUPUESTO DE OPERACIÓN	90
PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS	91
ESTADOS FINANCIEROS	94
PUNTO DE EQUILIBRIO	96
EVALUACION D ELA INVERSIÓN	98
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	102

CAPÍTULO VI

PROPUESTA ADMINISTRATIVA

LA EMPRESA	104
BASE FILÓSOFICA	105
MISIÓN	105
VISIÓN	105
PRINCIPIOS Y VALORES	105
OBJETIVOS EMPRESARIALES	106
ESTRUCTURA LEGAL	106
MARCO LEGAL	107
ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS	110
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	110
MATRIZ DE COMPETENCIAS	112

CAPÍTULO VII

ANÁLISIS DE IMPACTOS

MATRIZ DE IMPACTOS	115
IMPACTO ECONÓMICO	116
IMPACTO SOCIO CULTURAL	117
IMPACTO EMPRESARIAL	118
IMPACTO AMBIENTAL	119
IMAPCTOS GENERALES	120
CONCLUSIONES	121
RECOMENDACIONES	122
BIBLIOGRAFÍA	123
LINCOGRAFÍA	124
ANEXOS	125

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO Nº1 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	27
CUADRO Nº 2. DIVISIÓN POLÍTICA	31
CUADRO Nº 3. POBLACIÓN POR GÉNERO	32
CUADRO Nº4 SERVICIOS BÁSICOS IMBABURA	32
CUADRO Nº 5 NIVELES DE EDUCACIÓN	33
CUADRO Nº 6 MATRIZ AOR (ALIADOS, OPORTUNIDADES, Oponentes, Riesgos)	34
CUADRO Nº7 MATRIZ DE CRUCE ESTRATÉGICOS (Aliados, Oportunidades, Oponentes, Riesgos)	35
CUADRO Nº 8 DEMANDA PROYECTADA	64
CUADRO Nº 9 DEMANDA INSATISFECHA	64
CUADRO Nº 10 PRONÓSTICO DE VENTAS	65
CUADRO Nº 11 COMPETENCIA	66
CUADRO Nº 12 OFERTA HISTÓRICA	67
CUADRO Nº 13 OFERTA HISTÓRICA	67
CUADRO Nº14 DEMANDA INSATISFECHA	67
CUADRO Nº 15 PROYECCIÓN PRECIO DE ENTRADA	68
CUADRO Nº16 MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS	79
CUADRO Nº17 DISTRIBUCIÓN DEL CENTRO CULTURAL	80
CUADRO Nº18 EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SONIDO	82
CUADRO Nº19 MUEBLES Y ENSERES	82
CUADRO Nº20 EQUIPO Y ÚTILES DE OFICINA	83
CUADRO Nº 21 GASTOS CONTITUCIÓN	83
CUADRO Nº 22 CAPITAL DE TRABAJO	84
CUADRO Nº 23 TALENTO HUMANO	84
CUADRO Nº 24 SUELDOS PERSONAL ADMINISTRATIVO	85
CUADRO Nº 25 SERVICIOS BÁSICOS	85
CUADRO Nº26 TABLA DE DEPRECIACIÓN	86
CUADRO Nº 27 DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS	86
CUADRO Nº 28 GASTOS DE VENTAS	87
CUADRO Nº 29 FINANCIAMIENTO	87

CUADRO N°30 TABLA DE AMORTIZACIÓN	88
CUADRO N°31 GASTOS FINANCIEROS	88
CUADRO N°32 INVERSIONES FIJAS	89
CUADRO N° 33 CAPITAL DE TRABAJO	89
CUADRO N°34 TOTAL DE LA INVERSIÓN	90
CUADRO N°35 PROYECCIÓN DE INGRESOS	90
CUADRO N° 36 GASTOS DE PERSONAL	91
CUADRO N° 37 GASTOS GENERALES	91
CUADRO N° 38 DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS	92
CUADRO N° 39 GASTOS DE VENTAS	92
CUADRO N° 40 GATOS FINANCIEROS	92
CUADRO N° 41 GASTOS DE FINANCIAMIENTO	93
CUADRO N° 42 ESTADO DE SITUACION INICIAL	94
CUADRO N° 43 ESTADO DE RESULTADOS	95
CUADRO N° 44 ESTADO DE FLUJO DE CAJA	96
CUADRO N° 45 COSTOS FIJOS	97
CUADRO N° 46 COSTOS TOTALES	97
CUADRO N°47 COSTO DE OPORTUNIDAD	98
CUADRO N°48 VALOR ACTUAL NETO	99
CUADRO N°49TASA INTERNA DE RETORNO	100
CUADRO N°50 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	101
CUADRO N°51 COSTO BENEFICIO	101
CUADRO N°52 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	103
CUADRO N°53 PERFIL GERENTE	112
CUADRO N°54 PERFIL SECRETARIA	113
CUADRO N° 55 PERFIL GUÍA	114
CUADRO N°56 MATRIZ DE IMPACTOS	115
CUADRO N°57 MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICO	116
CUADRO N°58 MATRIZ DE IMPACTO SOCIOCULTURAL	117
CUADRO N°59 MATRIZ DE IMPACTO EMPRESARIAL	118
CUADRO N°60 MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL	119
CUADRO N°61 MATRIZ DE IMPACTOS GENERALES	120

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N°1 ASISTENCIA AL CENTRO CULTURAL	57
GRÁFICO N°2 CREACIÓN DEL CENTRO CULTURAL	58
GRAFICO N° 3 FRECUENCIA VISITAS AL CENTRO CULTURAL	59
GRAFICO N° 4 VALOR DE ENTRADA CENTRO CULTURAL	60
GRAFICO N°5 VALOR DE LAS ARTESANÍAS	61
GRAFICO N° 6 NÚMERO DE VENTAS DE ARTESANÍAS	62
GRAFICO N°7 OBJETIVOS DEL ESTUDIO TÉCNICO	71
GRÁFICO N° 8 FLUJOGRAMA DE PROCESOS	73
GRÁFICO N.- 9 MAPA DE LA CIUDAD DE IBARRA	76
GRÁFICO N. 10 UBICACIÓN DEL PROYECTO	77
GRÁFICO N.- 11 DISEÑO DE LAS INSTALACIONES	81
GRAFICO N°12 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	110

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA Nº 1 ASISTENCIA CENTRO CULTURAL	57
TABLA Nº 2 CREACIÓN DEL CENTRO CULTURAL	58
TABLA Nº 3 FRECUENCIA DE VISITAS AL CENTRO CULTURAL	59
TABLA Nº 4 VALOR DE ENTRADA CENTRO CULTURAL	60
TABLA Nº 5 VALOR DE LAS ARTESANÍAS	61
TABLA Nº 6 NÚMERO DE VENTAS DE ARTESANÍAS	62

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN N.- 1 CULTURA AFROECUATORIANA 1	130
ILUSTRACIÓN N.- 2 CULTURA AFROECUATORIANA 2	130
ILUSTRACIÓN N.- 3 CULTURA AFROECUATORIANA 3	130
ILUSTRACIÓN N.- 4 ARTESANÍAS AFROECUATORIANAS 1	131
ILUSTRACIÓN N.- 5 ARTESANÍAS AFROECUATORIANAS 2	131
ILUSTRACIÓN N.- 6 ARTESANÍAS AFROECUATORIANAS 3	131
ILUSTRACIÓN N.- 7 ARTESANÍAS AFROECUATORIANAS 4	132
ILUSTRACIÓN N.- 8 ABORÍGENES AFRICANAS 1	132
ILUSTRACIÓN N.- 9 ABORÍGENES AFROECUATORIANAS 2	132
ILUSTRACIÓN N.- 10 ABORÍGENES AFROECUATORIANOS 3	133
ILUSTRACIÓN N.-11 MÚSICA BOMBA	133
ILUSTRACIÓN N.- 12 GRUPO DE BOMBA “BANDA MOCHA”	133
ILUSTRACIÓN N.- 13 GRUPO DE BOMBA “MARABÚ”	134
ILUSTRACIÓN N.- 14 GRUPO DE BOMBA “PODER NEGRO”	134
ILUSTRACIÓN N.- 15 GRUPO DE BOMBA “GENERACIÓN 2000”	134
ILUSTRACIÓN N.- 16 MÚSICA MARIMBA	135
ILUSTRACIÓN N.- 17 REPRESENTACIÓN MARIMBA	135
ILUSTRACIÓN N.- 18 GRUPO MUSICAL DE MARIMBA	135
ILUSTRACIÓN N.- 19 DANZA VALLE DEL CHOTA	136
ILUSTRACIÓN N.- 20 BAILE CON LA BOTELLA	136
ILUSTRACIÓN N.- 21 GRUPO DE DANZA Y BOMBA	136
ILUSTRACIÓN N.- 22 DANZA MARIMBA ESMERALDAS	137
ILUSTRACIÓN N.- 23 MARIMBA	137
ILUSTRACIÓN N.- 24 TRAJES TÍPICOS 1	137
ILUSTRACIÓN N.- 25 TRAJE TÍPICO BAILE BOMBA	138
ILUSTRACIÓN N.- 26 TRAJE TÍPICO BAILE BOMBA	138
ILUSTRACIÓN N.- 27 TRAJE TÍPICO 2	138
ILUSTRACIÓN N.- 28 TRAJE TÍPICO MARIMBA	139
ILUSTRACIÓN N.- 29 TRAJES TÍPICOS 3	139

ILUSTRACIÓN N.- 30 TRAJES TÍPICOS 4	139
ILUSTRACIÓN N.- 31 TRAJES TÍPICOS AFROECUATORIANOS 1	140
ILUSTRACIÓN N.- 32 TRAJES TÍPICOS AFROECUATORIANOS 2	140
ILUSTRACIÓN N.- 33 TRAJES TÍPICOS AFROECUATORIANOS 3	140
ILUSTRACIÓN N.- 34 GUANDUAL COMIDA TÍPICA	141
ILUSTRACIÓN N.- 35 COMIDA TÍPICA 1	141
ILUSTRACIÓN N.- 36 COMIDA TÍPICA 2	141
ILUSTRACIÓN N.- 37 PEINADOS TÍPICOS 1	142
ILUSTRACIÓN N.- 38 PEINADOS TÍPICOS 2	142
ILUSTRACIÓN N.- 39 PEINADOS TÍPICOS 3	142
ILUSTRACIÓN N.- 40 AFROECUATORIANAS	143

OBJETIVOS DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad dirigido a la creación de un centro cultural, de exposición y comercialización para el rescate de la historia, cultural, y tradiciones afroecuatorianas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Efectuar un diagnóstico técnico situacional que permita conocer las Aliados. Oportunidades, Oponentes y los Riesgos (AOOR) en la creación del Centro Cultural.
- Desarrollar las bases teóricas y científicas que permitan sustentar adecuadamente la formulación del proyecto.
- Analizar la factibilidad del proyecto mediante el estudio de mercado.
- Realizar un estudio técnico que permita determinar la macro y micro localización, tamaño, distribución del Centro cultural.
- Desarrollar el estudio económico y evaluación financiera de la actividad, para conocer la efectividad y rentabilidad del proyecto.
- Elaborar una propuesta administrativa para el funcionamiento del Centro Cultural, de comercialización y exposición Afroecuatoriano.
- Determinar los principales impactos que van a sobresaltar la realización del proyecto.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 ANTECEDENTES

El diagnóstico situacional tiene como propósito identificar el lugar donde se va a implementar el futuro proyecto, tomando como base los siguientes aspectos: socio-demográficos, históricos, geográficos y económicos de la ciudad de Ibarra, esto servirá para identificar las variables que direccionarán el estudio posterior.

El primer paso es la identificación de objetivos generales, objetivos específicos, variables diagnósticas, indicadores de las variables diagnósticas y la matriz de la relación diagnósticos.

1.2 OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS

1.2.1 GENERAL

Realizar un diagnóstico situacional de la Ciudad de Ibarra, determinando el lugar donde se realizará el proyecto, estableciendo aliados, oponentes, oportunidades y riesgos a través de aspectos socio-demográficos, económicos, históricos y geográficos.

1.2.2 ESPECÍFICOS

- Establecer antecedentes históricos de la ciudad de Ibarra.
- Determinar la ubicación geográfica de la ciudad de Ibarra.
- Establecer aspectos socio-demográficos del estudio.
- Investigar las actividades socio económicas del sector.

1.3 VARIABLES DIGNÓSTICAS

Las variables que serán motivo de estudio del siguiente diagnóstico son las que presentamos a continuación:

a) Variables

- Antecedentes históricos
- Ubicación geográfica
- Aspectos socio-demográficos
- Actividades económicas

b) Indicadores

- Antecedentes históricos
- Reseña histórica

1.3.1 Ubicación Geográfica

- Ubicación
- Extensión

1.3.2 Aspectos socio – demográficos

- Población Económicamente activa
- Salud
- Educación

1.4 MATRIZ DE LA RELACIÓN DIAGNÓSTICA

CUADRO N. 1
MATRIZ DE LA RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTES
1.- Establecer antecedentes históricos de la ciudad de Ibarra.	ANTECEDENTES HISTÓRICOS	Reseña histórica	Bibliográficas	Secundaria
2.- Determinar la ubicación geográfica de la ciudad de Ibarra.	UBICACIÓN GEOGRÁFICA	Ubicación Extensión territorial	Bibliográficas	Secundaria
3.- Establecer aspectos socio-demográficos del estudio.	SOCIO-DEMOGRÁFICOS	Población Salud Educación	Bibliográficas	Secundaria
4.- Investigar las actividades socio económicas del sector.	SOCIO-ECONÓMICOS	PEA	Bibliográficas	Secundaria

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

1.5 DESARROLLO VARIABLES DIAGNÓSTICAS

1.5.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS

Imbabura considerada como la capital turística del Ecuador, conserva una diversidad importante de paisajes andinos dominados por el Taita Imbabura y la Mama Cotacachi, sublimes valles y una veintena de lagos que en cuyos entornos se asientan ciudades y comunidades indígenas, mestizas y afro descendientes que aún conservan ritos y tradiciones dentro de su entorno cultural.

Ibarra fundada, un 28 de septiembre de 1606, cuando el Sr. Capitán Don Cristóbal de Troya “vecino, encomendero y regidor de Quito”, por mandato del Sr. Licenciado Don Miguel de Ibarra, VI presidente en la serie cronológica de la Real Audiencia de San Francisco de Quito, puebla, funda y establece la Villa de San Miguel de Ibarra, en el extenso y hermoso Valle de Carangue, “por ser la parte más cómoda y llana y de mejor temple que hay en el dicho tomado de la gaceta Municipal Por valle y su comarca y porque se podía por dicho paraje abrir el camino más breve para ir a Panamá.

Ibarra está ubicada en la zona norte del Ecuador a 115 km. Al noreste de Quito, de los españoles aún conserva su sabor de antaño, cada rincón guarda recuerdos del pasado que se proyectan al presente y donde armoniosamente se combina lo colonial con lo moderno.

El cantón tiene una belleza escénica de lagunas en un entorno natural y cultural, los mismos que provocan en el visitante la sensación de presencia divina, diseñando y dibujando los espectaculares parajes de la Ciudad Blanca y de su ámbito cantonal.

La provincia de Imbabura cuenta con diversas etnias y pueblos ubicados en diferentes zonas. Una de estas es los Afro ecuatorianos descendientes de los esclavos Africanos que llegaron a América, que actualmente se localizan en el Valle del Chota y la Cuenca del río Mira.

Su vida se remonta a los siglos XVI, XVII y XVIII, donde se desarrollaba el comercio de esclavos, que como resultado dejaba a muchos extranjeros provenientes de África asentados en el territorio ecuatoriano, los cuales crearon así un pueblo cultural, que debido a varias maneras llegaron a constituirse en un determinado grupo social.

Cultura, tradición y amor por su gente; es una muestra de la población afro ecuatoriana, sin embargo este es el grupo menos conocido y menos valorado dentro de nuestro país y el mundo, víctimas sobre los cuales se tejen una variedad de prejuicios y negativos mitos, como una pesada carga colonial.

Siete de cada diez personas que son considerados afro ecuatorianos, son gente de escasos recursos económicos y a la vez no sujetos a seguridad social y sin una vida digna. Sin embargo la población negra a pesar de haber sido condenadas en innumerables ocasiones a malos tratos es unida y emprendedora.

La inmersión de los pueblos africanos permite la expansión de varios miembros a través de las regiones y provincias del Ecuador.

Los asentamientos afro descendientes se encuentran principalmente en Esmeraldas, Cuenca del Río Mira, e Imbabura.

La población afro ecuatoriana se caracteriza por su alegría y simpatía, ya que su aspecto más perceptible es la música, la cual nace al norte de la provincia de Esmeraldas donde se conservan los ritmos de los afros descendientes; estos utilizaban instrumentos como la marimba y los tambores.

Por otro lado están las comunidades negras del Valle del Chota, al norte de la sierra en donde se desarrolló el ritmo conocido como “Bomba del Chota”, generalmente entonada por guitarras y tambores. Los dos tipos de música difieren mucho entre sí dando a que la música esmeraldeña es más fuerte en su herencia afro, mientras que la bomba del Chota

evidencia su desarrollo en la sierra ecuatoriana y así muestra en forma más acentuada influencias indígenas y mestizas.

Aunque varias han sido las maneras de cómo esta población ha sido agredida y desplazada su gente es unida, alegre y no se deja llevar por las complicaciones sociales y estereotipos.

Las diferentes etnias acentuadas en las incomparables regiones del país, lo hacen un territorio pluricultural y multiétnico; algo único y relevante que se debe considerar.

Hoy en día los Afro ecuatorianos no solo son música y fútbol, sino del mismo modo se han ido destacando en muchos aspectos de la sociedad como la literatura, economía y la política que han contribuido de forma relevante a la colectividad ecuatoriana.

El patrimonio cultural artístico es de enorme nivel. Sin embargo por el deficiente apoyo al folklor se ha reducido únicamente a las manifestaciones festivas y parcialmente a la gastronomía ligada a sus tradiciones étnicas y multiculturales

1.5.2 UBICACIÓN GEOGRÁFICA

La ciudad de Ibarra se encuentra ubicada en la zona norte de Ecuador a 115 km al noreste de Quito y a 125 km al sur Tulcán, a 2.192 metros sobre el nivel del mar con una latitud de 00°21' N, y una longitud 078°07'O, según datos del censo de población y vivienda realizado en el 2010 su población es de 181.175 habitantes de los cuales 139.721 son habitantes urbanos y 41.454 habitantes rurales

Organización política y territorial de Ibarra

El cantón Ibarra está compuesto por cinco parroquias urbanas y siete parroquias rurales, cuya superficie es de 1.162, 19km², densidad poblacional de 131,87 hab/km² en el cantón, 2.604 hab/Km² área urbana

y 39,1 hab/Km² área rural. La zona urbana del cantón cubre una superficie de 41,68Km², la zona rural incluida la periferia de la cabecera cantonal cubre una superficie de 1.120,51 Km².

Las cinco parroquias urbanas del Cantón Ibarra son: San Francisco, el Sagrario, Caranqui, Alpachaca y La Dolorosa del Priorato; las siete parroquias rurales son: Angochagua, La Esperanza, Lita, La Carolina, Salinas, San Antonio y Ambuqui.

**CUADRO N.- 2
DIVISIÓN POLÍTICA**

PARROQUIAS URBANAS	Km²
SAN FRANCISCO	10,29
LA DOLOROSA DEL PRIORATO	9,47
CARANQUI	6,53
EL SAGRARIO	10,68
ALPACHACA	4,71
TOTAL	41,68

Elaborado por: La Autora
Fuente: GAD Ibarra
Año: 2014

Clima

La variedad de climas hacen que la ciudad de Ibarra sea peculiar, estos van desde el frío andino en la parroquia de Angochagua, hasta el cálido seco en el Valle del Chota, pasando por un clima cálido húmedo en el sector de Lita y la Carolina; su temperatura máxima entre 20 y 25°C y una media entre 7 y 11°C.

1.6 ASPECTOS SOCIO- DEMOGRÁFICOS

Según el censo realizado en el 2010 la población del Cantón Ibarra asciende a 181.175 habitantes, de estos el 139.721 es decir el 77,12% son población urbana y 41.454 corresponden al 22,88% población rural.

El 51,55% de la población son mujeres y el 48,45% son hombres.

**CUADRO N.- 3
POBLACIÓN POR GÉNERO**

GÉNERO	POBLACIÓN	PORCENTAJE
Masculino	87.786	48,45%
Femenino	93.389	51,55%

Elaborado por: La Autora

Fuente: INEC

Año: 2014

Servicios Básicos

La Provincia de Imbabura cuenta con servicios básicos esenciales tanto en el área urbana como en el área rural, a continuación se detallan los principales servicios básicos:

**CUADRO N.- 4
SERVICIOS BÁSICOS IMBABURA**

SERVICIO BÁSICO	COBERTURA
Servicio eléctrico	98.235
Servicio Telefónico	38.496
Abastecimiento de Agua Potable	82.758
Conexión Servicios Higiénicos	71.849
Eliminación de Basura	83.631

Elaborado por: La Autora

Fuente: INEC

Año: 2014

Educación

El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Ibarra con el fin de apoyar al desarrollo de la misma, está continuamente incentivando a la población con la realización de cursos, talleres, capacitaciones,

programas de becas, etc. con la finalidad de erradicar los niveles de analfabetismo en la población.

**CUADRO N.- 5
NIVELES DE EDUCACIÓN**

NIVEL EDUCACIÓN	PORCENTAJE
Educación primaria	49.3%
Educación secundaria	29.4%
Educación superior	21.3%

Elaborado por: La autora

Fuente: GAD Ibarra

Año: 2014

Salud

La salud es uno de los factores fundamentales, en los cuales el gobierno ecuatoriano busca brindar mediante el acuerdo ministerial el bienestar tanto al niño, la mujer y la familia, inquiriendo así contribuir con uno de sus objetivos principales como el buen vivir.

1.5 CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ AOOR

Este análisis consiste en la medición de las diferentes variables que se relacionan con el entorno, en este caso la factibilidad para la creación de un centro cultural, de exposición y comercialización de las artesanías para el rescate de la cultura, tradiciones, costumbres del pueblo afro ecuatoriano en la ciudad de Ibarra, dentro de esta analizaremos los ALIADOS, OPORTUNIDADES, OPONENTES Y RIESGOS:

**CUADRO N.- 6
MATRIZ AOOR**

<p align="center">ALIADOS</p> <p>a) Realizar publicidad y propaganda ofertando los servicios del Centro Cultural</p> <p>b) Personal capacitado para brindar un servicio de calidad.</p> <p>c) Precios acorde a la economía de la colectividad.</p> <p>d) Mayor oferta de los servicios que se brinda para tener más acogida ante la ciudadanía.</p>	<p align="center">OPORTUNIDADES</p> <p>a) Desarrollo económico de la población.</p> <p>b) Incremento del turismo local y extranjero.</p> <p>c) Reactiva el interés de la cultura afro ecuatoriana.</p> <p>d) Ausencia de lugares que brinden este tipo de servicios.</p> <p>e) Facilidad para obtener créditos productivos en las Instituciones financieras.</p> <p>f) El sector público ayuda a que se generen proyectos educativos y culturales.</p>
<p align="center">OPONENTES</p> <p>a) Falta de un local propio, alto costo de arrendamiento lo que produce gastos variables.</p> <p>b) No contar con equipamiento adecuado.</p> <p>c) Competencia desleal.</p>	<p align="center">RIESGOS</p> <p>a) Fijación de precios por parte de la competencia que están muy por debajo de los estándares de calidad y variedad en el servicio.</p> <p>b) Altos costos de arrendamiento.</p> <p>c) Creación de más impuestos, lo que ocasionaría alza de precios.</p> <p>d) crisis económica lo que puede afectar al funcionamiento del proyecto.</p>

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

1. 6 MATRIZ DE CRUCES ESTRATÉGICOS

CUADRO N.- 7
MATRIZ DE CRUCES ESTRATÉGICOS AOR

<p>Aliados vs Riesgos</p> <p>a) Para lograr posicionamiento en el mercado se fijará precios sin competencia, poniendo mayor énfasis en las promociones que es lo que atrae al público.</p> <p>b) Para evitar los altos costos de arrendamiento se gestionaría un contrato en comodato el cual nos permitiría ahorrar aún más dinero y en el futuro poder adquirir nuestro propio local.</p> <p>c) Si hubiese con el tiempo la creación de nuevos impuestos, se buscaría la forma de financiarlos a través de promociones y propaganda que atraiga mayor cantidad de público a que visiten nuestro local obteniendo mayores ingresos.</p> <p>d) En caso de existir una crisis económica futura se tomará precauciones a través de la elaboración de planes de contingencia, para que el proyecto no se vea afectado.</p>	<p>Aliados vs. Oportunidades</p> <p>a) Contar con el capital necesario para el desarrollo del proyecto, permite que la población crezca económicamente generando fuentes de empleo.</p> <p>b) Mantener personal capacitado para brindar un servicio de calidad atraerá el interés por las personas a visitar el centro cultural, lo cual es beneficioso porque de esta manera se logrará reactivar el interés por la cultura afro.</p> <p>c) El sector público facilitará la implementación de proyectos, lo cual es beneficioso porque de esta manera ayudará a incrementar el turismo local y extranjero a la vez</p> <p>d) La ventaja de que en la ciudad no existen varios lugares que brinden este tipo de servicio será una pauta para fijar los precios por los servicios</p>
<p>Oponentes vs. Oportunidades</p> <p>a) Con el apoyo de Instituciones Públicas se busca incrementar el turismo local y extranjero, así de esta manera obtener mayor afluencia de turistas lo que genera mayores ingresos, para de esta forma poder combatir con los altos costos.</p> <p>b) La facilidad de financiamiento y la obtención de créditos productivos en instituciones financieras ayudara a la adquisición de un local propio.</p> <p>c) Contar con personal capacitado sobre este tipo de servicio, permite reactivar el interés de la cultura afro ecuatoriana en todos y cada uno de los habitantes de la ciudad.</p> <p>d) Las Instituciones públicas facilitaran cursos, capacitaciones adecuado manejo de recursos para el personal para que puedan brindar un mejor servicio de calidad</p> <p>e) El desarrollo económico de una población y por ende de un proyecto se obtiene manejando de buena manera sus recursos financieros por lo que contaremos con personal idóneo en esta área.</p>	<p>Oponentes vs. Riesgos</p> <p>a) La falta de un local propio y a la vez los altos costos de arrendamiento incentivan a buscar de una y otra manera un convenio para conseguir un local en comodato para un tiempo mínimo de cinco años y así los costos sean mínimos. .</p> <p>b) si existe una crisis económica podría provocar que el nivel de ingresos baje lo que ocasionaría que no se pueda cumplir con las obligaciones financieras adquiridas, para esto debe mantener un fondo de reserva que se utilizara en casos extremadamente necesarios.</p> <p>c) La creación de impuestos y el mal manejo de recursos obliga a planificar de manera eficiente el presupuesto que se quiere aplicar en el proyecto para obtener la rentabilidad deseada y la recuperación de la misma en poco tiempo.</p>

1.7 IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE LA INVERSIÓN

Una vez realizado el estudio del diagnóstico situacional se determinó que la ciudad de Ibarra por su nivel de crecimiento poblacional es un buen mercado para la implementación de un Centro Cultural de Exposición y Comercialización de artesanías Afroecuatorianas el nivel de visitas de turistas locales y extranjeros puede ser una oportunidad para lograr posicionamiento y permanencia en el mercado.

El análisis de la matriz AOOR establece que el problema de mayor incidencia es que en Ibarra, no existe una microempresa que brinde los servicios de un centro cultural de exposición y comercialización con estándares de calidad y variedad, esto implica que las personas requieran de cierto tiempo para trasladarse hacia otras ciudades para poder asistir a las exposiciones y exhibiciones culturales.

Una ventaja es la ayuda que brindan Instituciones para la realización de proyectos productivos así de esta manera en la ciudad de Ibarra se podrá poner en marcha dicho proyecto y con estos antecedentes se puede mencionar que la propuesta tendrá éxito y acogida, con los estudios posteriores del mercado y el estudio financiero se determinara el grado de factibilidad que tendrá.

CAPÍTULO II

2. BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS

2.1 DEFINICIÓN CENTRO

“Centro tiene su origen en el latín centrum y puede hacer mención a diversas cuestiones. Una de las acepciones refiere al lugar donde se reúnen las personas con alguna finalidad, Un centro cultural, por lo tanto, es el espacio que permite participar de actividades culturales. Estos centros tienen el objetivo de promover la cultura entre los habitantes de una comunidad.”

En mi opinión un centro es un lugar donde se reúnen varias personas con la finalidad de exponer algún tema de interés para los asistentes.

2.1.2 SERVICIOS QUE BRINDA UN CENTRO CULTURAL Y DE EXPOSICIÓN

Un centro cultural y de exposición tiene múltiples servicios que ofrece constan los programas educativos realizados paralelamente a las exposiciones que se muestran en sus salas.

Su finalidad esencial es la de acercar a los visitantes, sobre todo menores de edad, estudiantes y turistas, a la realidad conceptual de los artistas que desfilan periódicamente por sus salas.

2.1.3 IMPLEMENTOS PARA UN CENTRO CULTURAL Y DE EXPOSICIÓN

Según el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes un centro cultural y de exposición cuenta con espacios básicos para entrega de servicios culturales, salas con especialidades, salas para talleres, salas de exposiciones, salas de reuniones, oficinas de administración, bodegas, baños y camarines.

2.2 DEFINICIÓN CULTURAL

Salvador Cabedo Manuel define Cultura como El término cultural es aquel que se utiliza como adjetivo calificativo para designar a todos los hechos, eventos, situaciones, objetos o personajes que se relacionen con el marco de la cultura entendida esta en un amplio espectro. Si tenemos en cuenta que casi todas las invenciones del ser humano pueden ser consideradas culturales, el adjetivo podría ser aplicado a muchos fenómenos o elementos. Sin embargo, por lo general, se lo utiliza para hacer referencia a hechos o ítems entendidos como artísticos o fuera de lo común, de lo técnico y de lo cotidiano.

Según mi criterio cultural es un adjetivo calificativo de los hechos, eventos, situaciones, objetos, o personajes que se relacionan con la cultura.

2.3 DEFINICIÓN EXPOSICIÓN

Florencia Fernández, define a la palabra exposición a aquella presentación exhibición de una determinada cosa o cuestión en forma pública para que un público masivo pueda conocerla o acceder a ella. Generalmente, colecciones de objetos de diversa procedencia y temática, tales como obras de arte, hallazgos arqueológicos, instrumentos, maquetas, inventos científicos, entre otros, suelen ser aquellas cuestiones que ocupan el objeto de ser de una exposición porque precisamente interesan a un determinado segmento de público.

Según mi criterio exposición es una presentación o exhibición de una determinada cosa para un público masivo, las exhibiciones pueden ser obras de arte, maquetas, o eventos culturales, etc.

2.4 RESCATE DE LA HISTORIA AFROECUATORIANA

Dentro de las etnias y pueblos de nuestro país; los Afro ecuatorianos son uno de los menos conocidos, menos valorados en su historia, tradiciones culturales (música, danza, folklor, gastronomía).

En Ecuador, la población negra generalmente se asienta en regiones y zonas deprimidas y marginadas de las políticas estatales de protección y desarrollo social. Generalmente, la población económicamente activa sufre con intensidad el desempleo, subempleo, bajos salarios e ingresos, las cuales son limitaciones importantes en relación a la capacitación y posibilidades de acceso a la educación superior. A esto se suma, un gran porcentaje que no es sujeto de seguridad social, no posee vivienda adecuada y servicios de infraestructura básica, y escasas oportunidades de acceder a cargos de representación política.

El Centro Cultural Afro ecuatoriano, fiel a su tradición de apoyar la difusión de la investigación social y cultural del pueblo negro como uno de los mecanismos válidos de reivindicación y revalorización étnica, tiene como fin rescatar la identidad del pueblo Afro ecuatoriano, en su cultura, religión, costumbres y tradiciones; y a la vez brindar nuevas oportunidades para un mejor desenvolvimiento y desarrollo del pueblo afro.

2.5 CULTURA AFROECUATORIANA

Patricia Guerrero manifiesta que: El ser humano es el animal capaz de crear cultura, ha traspasado su herencia biológica debido a su capacidad de asociación y creación simbólica y además el uso del lenguaje le ha permitido dar significado a las cosas y acontecimientos. En este sentido al modificar su entorno crea un segundo medio ambiente. Es decir, la cultura es una construcción social, humana, que es subsecuente a la praxis del hombre, mediante la cual este se apropia de la naturaleza y la transforma. Ya que la naturaleza no le otorga al hombre todo lo necesario para vivir, de modo que lo obliga a imaginar y construir su propio mundo.

Según mi criterio; cultura es la representación de valores, costumbres y tradiciones transmitidas por los antepasados, en ciertos casos se han ido disipando; por lo tanto es importante el rescate del folklor para poder brindar un buen servicio en el proyecto a emprender.

2.6 ARTESANÍAS AFROECUATORIANAS

Patricio Pérez opina: en algunas comunidades afro ecuatorianas del Valle del Chota como Carpuela y Mascarilla, y por lo menos en una de la cuenca del río Mira como es San Juan de Lachas, se viene elaborando artesanías con motivos afro descendientes, como máscaras y otros utensilios más.

Se conformaron grupos en por lo menos diez de ellas; siendo finalmente tres comunidades las que se apropiaron y siguen hasta hoy elaborando este tipo de artesanías.

2.6.1 ELABORACIÓN DE LAS ARTESANÍAS

- Primero se selecciona la tierra dentro de estas esta la greda o la arcilla.
- Se la cierne y seguidamente se la mezcla con agua hasta formar una pasta maleable parecida a la plastilina.
- Esta pasta se la pone en una teja o un tubo de pvc, allí se le va dando la forma.
- Una vez que se ha logrado plasmar la figura deseada, se le deja secar durante 4 o 5 días, no al sol sino en la sombra para finalmente ponerles al horno que debe estar a 900°C o más; aquí están durante 4 o 5 horas.

En Carpuela y Mascarilla se producen máscaras con rostros afros, mientras que en San Juan de Lachas se elaboran vasijas, ceniceros, entre otros. La finalidad del Centro cultural es motivar a los grupos que elaboran estas artesanías que continúen impulsando este arte y ojalá se sumen más grupos. Pero también incitar a las autoridades, de turismo básicamente, a apoyar estos emprendimientos y ayudarles en la difusión, promoción y comercialización, ubicándoles mercados en el extranjero.

2.7 TRADICIONES AFROECUATORIANAS

Según BENITEZ Lilian, Culturas Ecuatorianas, Ediciones ABYA_YALA, cuarta edición,)“Tradición es el conjunto de patrones culturales que una o varias generaciones hereda de las anteriores y, usualmente por estimarlos valiosos, trasmite a las siguientes. Se llama también tradición a cualquiera de estos patrones. El cambio social altera el conjunto de elementos que forman parte de la tradición.”

De acuerdo a mi criterio; las tradiciones son los valores, creencias, costumbres y formas de expresión artística característicos de una comunidad o un pueblo, las tradiciones tienen gran semejanza y combina la cultura y el folclore.

Ritmo Afro ecuatoriano de Diego Betancourt define a la música como una de las manifestaciones que ha ayudado al pueblo Afro ecuatoriano a mantener su identidad. Los Afro ecuatorianos de la costa (Esmeraldas) son diferentes de los de la sierra (valle del Chota y la cuenca del río Mira): esta diferencia nace en el hecho histórico de que los negros esmeraldeños vivieron en su mayoría como cimarrones y los negros serranos fueron, casi en su totalidad, esclavos. Estas diferencias sociológicas dieron lugar a manifestaciones musicales totalmente diferentes. Esmeraldas es la tierra de la marimba y del arrullo.

Las manifestaciones que conforman la cultura popular de los pueblos, las expresiones musicales concretas son el resultado de un proyecto de constitución étnica que se prolonga por alrededor de varios siglos. Esmeraldas considerada la ciudad que mantiene viva la cultura del pueblo afro, ofrece la singularidad de su música y danza. Al son de la marimba, los cununos y el guasá, el pueblo afro esmeraldeño muestra al mundo sus raíces e invita a disfrutar de ellas.

Para mostrar sus tradiciones culturales, las personas han mantenido su identidad mediante las expresiones artísticas, música y danza.

Una de las manifestaciones culturales más vistosas y apreciadas por las comunidades del lugar es la interpretación de la "*Marimba Esmeraldeña*". Constituye un magnífico espectáculo de ritmo, música, seducción y colorido. Durante el Carnaval, se realiza el festival internacional de marimbas con representantes de los países vecinos.

2.7.1 MÚSICA, DANZA, GASTRONOMÍA

Dentro de la cultura Afrochoteña existen varias expresiones culturales, religiosas, gastronómicas y artísticas.

La comunidad de el valle del Chota exhibe originales expresiones de la cultura negra, principalmente en el Festival Coangue que cada año anima las fiestas del Carnaval. Las manifestaciones populares religiosas toman lugar en Navidad, Semana Santa y la fiesta de la Virgen de las Nieves. Las manifestaciones artísticas Afrochoteña se hacen presente en la música bomba, en las coplas, en las leyendas y tradiciones, en las "bandas mochas", en la danza de la botella, la gastronomía típica es el "guandul", leguminosa parecida al fréjol.

2.7.1.1. REPRESENTACIONES MUSICALES

➤ MÚSICA BOMBA

En el caluroso valle del Chota, que se extiende entre el Norte de la provincia de Imbabura y el Sur de Carchi, los habitantes de los poblados asentados en las orillas del río Chota que luego adopta el nombre de Mira en su recorrido en busca del mar, bautizaron a la música negra como BOMBA, calificativo que hace un justo homenaje al pequeño y sencillo tambor conocido en la región con este nombre, instrumento que está construido del tronco del penco de la cabuya puesto a secar durante ocho días al mismo que se lo cubre en el orificio superior con dos anillos de un palo de árbol llamado muelle y cuero de chivo, para ajustar el mismo con

soga de cabuya, para que se dé el sonido perfecto, que los negros con sus hábiles manos dan el ritmo a este tambor o bomba.

Los choteños le cantan a la alegría, al amor y hasta a la desgracia que causa el río en sus fuertes desbordamientos cuando pierden sus cultivos o al puente del Juncal que les dejó el presidente fallecido Jaime Roldos, la bomba entonces es infaltable en las coloridas y alegres fiestas de la comarca conformada por los negros de las poblaciones de Chota, Mira y Salinas.

➤ **MÚSICA MARIMBA**

Los instrumentos afro esmeraldeños son la marimba, el bombo, el cununo, la guasa y las maracas y su confección requiere de artesanos especializados en tales instrumentos, que a su vez son generalmente capacitados intérpretes.

La Marimba es una de las expresiones culturales propias de la ciudad de Esmeraldas y representativa de sus raíces afro. Este nombre identifica el instrumento musical hecho con caña guadua y madera, así como el baile y el ritmo único, inconfundible encuentro entre dos continentes, el africano y el latinoamericano.

El origen de la marimba es africano y posiblemente se derive del rongo, instrumento de la tribu de los Ngodos, Woro y de ciertas tribus de Angola y el ex-congo.

El bombo su interpretación en las fiestas tradicionales (arrullos, liturgia católica), además de acompañar a la marimba y sus intérpretes requieren de una mayor habilidad que la de los marimberos.

2.7.1.2. REPRESENTACIONES DE DANZA

AFROECUATORIANOS RESIDENTES EN ESMERALDAS:

En la cultura afroecuatoriana existen dos tipos de representaciones de baile en los Afro ecuatorianos residentes en la costa es el tradicional baile de la marimba su vestimenta es:

Mujer: Lleva una pollera, blusa de manga corta y no usa calzado

Hombre: usa pantalón que lo arremanga hasta la altura de las canillas, camisas de colores claros y sombrero de paja toquilla.

AFROECUATORIANOS RESIDENTES EN EL VALLE DEL CHOTA:

En los Afroecuatorianos residentes en el valle del chota la música tradicional es la bomba con la botella en la cabeza su vestimenta es:

Mujer: llevan blusa de tela fina de diversos colores, anudada por la cintura, faldas de colores brillantes que combinan con sus blusas, nunca falta la botella de vidrio decorada de diversas formas y colores en sus cabezas, las cuales manejan con gran maestría.

Hombre: Los hombres llevan camisa blanca y pantalón de color negro o blanco, generalmente se baila descalzos o con zapatillas de lona blancas o negras.

2.8 ESTUDIO DE MERCADO

Según HAIR F. J (2010) comenta “Función que enlaza una organización con su mercado, mediante la recopilación de información”. (pág. 4)

Según BACA Gabriel, (2010), expresa “Se denomina la primera parte de la investigación formal del estudio consta de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, análisis de los precios y el estudio de la comercialización. (pág. 7)

Dando énfasis a los dos autores se puede decir que es el estudio de mercado es realizar una investigación que estudiara los clientes, compradores de productos bienes y servicios y debe abarcar no solo las especificaciones técnicas de un producto sino todos los atributos del mismo.

2.8.1 FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA

(MUNCH Lourdes, Nuevos Fundamentos de Mercadotecnia, Segunda Edición, 2012). **“La Mercadotecnia es una actividad humana que está relacionada con los mercados, significa trabajar con ellos para actualizar los intercambios potenciales con el objeto de satisfacer necesidades y deseos humanos”**

Según mi criterio las funciones del marketing que deben cumplirse antes de iniciar el proceso de producción son: la investigación de mercados y el diseño, desarrollo y prueba del producto final; además, es responsable de la distribución física de los productos, establece los canales de distribución a utilizar y supervisa el transporte de bienes desde la fábrica hasta el almacén y de ahí, al punto de venta final.

2.8.2 MEZCLA DE MERCADOTECNIA

(SANDOVAL Paloma, Nuevos Fundamentos de Mercadotecnia, Segunda Edición, 2012). **“La mezcla de mercadotecnia se define como "el conjunto de herramientas tácticas controlables de mercadotecnia (producto, precio, plaza y promoción) que la empresa combina para producir una respuesta deseada en el mercado meta. La mezcla de mercadotecnia incluye todo lo que la empresa puede hacer para influir en la demanda de su producto”**

Según mi criterio la empresa debe hacer uso de varias herramientas del marketing como son precio, producto, plaza, y promoción para lograr llegar a conquistar el mercado meta.

2.8.3 PROMOCIÓN

(MUNCH Lourdes, Nuevos Fundamentos de Mercadotecnia, Segunda Edición, 2012). **“Abarca una serie de actividades cuyo objetivo es:**

informar, persuadir y recordar las características, ventajas y beneficios del producto.

Las variables de la promoción son las siguientes: Publicidad, venta personal, promoción de ventas, relaciones públicas, tele mercadeo y propaganda.

2.9 ESTUDIO TÉCNICO

MEZA, Jhonny de Jesús, Evaluación Financiera de Proyectos, Segunda Edición, 2010) “con el estudio técnico se pretende verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto, o producción del servicio, para lograr los objetivos del proyecto. El objetivo principal de este estudio es determinar si es posible lograr producir y vender el producto o servicio con la calidad, cantidad y costo requerido; para ello es necesario identificar tecnologías, maquinarias, equipos, insumos, materias primas, procesos, recursos humanos, etc. El estudio técnico debe ir coordinado con el estudio de mercado, pues la producción se realiza para atender las ventas que se identifican en este último estudio. El estudio técnico es realizado por expertos en el campo objetivo del proyecto de inversión, y propone definir alternativas técnicas que permitan lograr los objetivos del proyecto y se constituye en una de las etapas de la prefactibilidad que mayor atención requiere debido a que toda la arquitectura financiera del proyecto, que corresponde a la estimación de inversiones, costos e ingresos está montada sobre sus resultados.

El estudio técnico permite determinar el tamaño de una nueva unidad productiva, localización del proyecto, tamaño del proyecto, selección de tecnologías, los procesos de producción, infraestructura física, inversiones y talento humano requeridos para su operación.

2.10 ESTUDIO FINANCIERO

MEZA, Jhonny de Jesús, Evaluación Financiera de Proyectos, Segunda Edición, 2010) “Corresponde a la última etapa de la formulación del proyecto y recoge y cuantifica toda la información proveniente de los estudios de mercado, estudio técnico y estudio organizacional. Las etapas mencionadas son secuenciales, lo que indica que se deben realizar en este orden. Una vez que el evaluador del proyecto se haya dado cuenta que existe mercado para el bien o servicio, que no existen impedimentos de orden técnico y legal para la implementación del proyecto, procede a cuantificar el monto de

las inversiones necesarias para que el proyecto entre en operación y a definir los ingresos y costos durante el período de evaluación del proyecto. Con esta información se realiza, a través de indicadores de rentabilidad, la evaluación financiera del proyecto” (pág.29).

El estudio financiero determina los ingresos que pretende obtener un proyecto en determinados períodos de tiempo y la vez determinar los egresos a realizar como parte de su ejecución, con el fin de obtener la situación financiera y determinar su rentabilidad.

2.10.1 FUNDAMENTOS DE CONTABILIDAD

(Según ZAPATA, Sánchez Pedro, Contabilidad General, séptima edición)
“Contabilidad es un sistema de información que mide las actividades de las empresas, procesa esta información en estados y comunica los resultados a los tomadores de decisiones.”

La contabilidad es una ciencia que nos permite registrar todas las transacciones y movimientos económicos, nos va a servir en nuestro proyecto para tener una idea clara de los movimientos que vamos a realizar en el transcurso del proyecto, realizar todas las transacciones conforme lo disponen las leyes. ”

2.10.2. IMPORTANCIA DE LA CONTABILIDAD

En la actualidad es imposible concebir el manejo de ninguna esfera económica sin el uso y aplicación de los criterios derivados de la contabilidad, de la manera siguiente:

Sirve de instrumento de control y dirección de la actividad financiera.

Sirve de instrumento de programación y planificación de las actividades económicas en el proceso de desarrollo de las empresas y de la economía mundial.

Permite un mejor desarrollo de los entes económicos individuales haciendo uso de los efectos positivos que brinda las leyes económicas.

Contribuye al servicio social que presta la empresa y por ende actúa como instrumento de justicia social.

2.10.3 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

MEZA, Jhonny de Jesús, Evaluación Financiera de Proyectos, Segunda Edición, (2010) Dice: “El valor Actual Neto (VAN) es una cifra monetaria que resulta de comparar el valor presente de los ingresos con el valor presente de los egresos. En términos concretos, el valor presente neto es la diferencia de los ingresos y los egresos en pesos de la misma fecha.

Representa la rentabilidad del proyecto en el presente y permite saber si es o no viable en un futuro dicho proyecto.

Si el VAN es positivo, existe rentabilidad; pero si el VAN es negativo, la inversión no es rentable.

2.10.4 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)

Según Jácome, Walter dice que: “El Período de Recuperación permite conocer en qué tiempo se recupera la inversión tomando en cuenta el comportamiento de los flujos de caja proyectados, es un indicador bastante significativo siempre y cuando existe certidumbre en lo pronosticado, lo cual en la realidad no es muy cierto porque las condiciones económicas son flotantes y cambiantes”. Pág. 83.

Según CÓRDOVA P. Marcial, indica “También es reconocido como periodo de reembolso, se define como el numero esperado de periodos que se requieren para que se recupere una inversión original. El proceso es muy sencillo, se suman los flujos futuros de efectivo de cada año hasta que el costo inicial del proyecto de capital quede por lo menos cubierto (pág. 362)

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen la inversión inicial. Su cálculo es el siguiente: La inversión inicial va con signo negativo en el año Cero, a esto se van acumulando (sumando) los flujos del efectivo de cada año hasta llegar a cubrir el monto de la inversión; es en ese momento en que se ve a qué año o periodo le corresponde la recuperación de la inversión. Mientras más tiempo demore la recuperación de la inversión, ésta resulta menos conveniente.

2.10.5 PUNTO DE EQUILIBRIO (PE)

MEZA, Jhonny de Jesús, Evaluación Financiera de Proyectos, Segunda Edición, (2010) manifiesta: el punto de equilibrio se define como aquel punto o nivel de ventas en el cual los ingresos totales son iguales a los costos totales y, por lo tanto, no se genera ni utilidad ni pérdida contable en la operación.

Esta herramienta financiera permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán los costos y determinan el punto en el cual el centro cultural ni gana ni pierde.

2.10.6 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

MEZA, Jhonny de Jesús, Evaluación Financiera de Proyectos, Segunda Edición, (2010) manifiesta: cuando se realiza una operación financiera, generalmente se cree que la tasa de interés obtenida (TIR) representa el rendimiento o costo sobre la inversión inicial. La TIR es la tasa de interés pagada sobre los saldos de dinero tomado en préstamo o la tasa de rendimiento ganada sobre el saldo no recuperado de la inversión.

Según OCHOA Guadalupe (2009), señala “Es la tasa de descuento que hace que el valor presente de las entradas sea igual al valor presente de las salidas, también se puede decir que la TIR, es la tasa que hace que el Valor Presente Neto sea igual a cero” (pág. 354).

Este instrumento permite medir la rentabilidad que devuelva la inversión durante su vida útil; es decir, que calcule la máxima tasa que es posible pagar con los flujos de efectivo por el financiamiento de un proyecto sin ganancia ni pérdida.

2.10.7 RELACIÓN COSTO/BENEFICIO

BACA Gabriel (2010), nos señala “La Razón beneficio costo llamado índice de productividad, es la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial. Este índice se usa como medio de clasificación de proyectos en orden descendente de productividad (pág. 369).

Esta herramienta permite medir el valor generado por cada dólar invertido.

2.11 IMPACTOS

POSSO, Miguel Ángel (2011), señala: Los impactos son huellas, señales y aspectos positivos o negativos que la ejecución del proyecto provocó en un grupo, área o ámbito determinado.

Los impactos constituyen un análisis detallado de las huellas y aspectos positivos y negativos que un proyecto generará en diferentes áreas o ámbitos.

Tomando como referencia el concepto anterior acerca de impactos, se puede manifestar que es un análisis de los posibles escenarios que pueda originar el proyecto, en los ámbitos socioeconómicos, empresarial, cultural, ambiental, los cuales sirven de base para diseñar planes de contingencia.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 PRESENTACIÓN

Para la implementación y desarrollo de nuevos proyectos productivos es de suma importancia, el primer paso que es realizar un estudio de mercado y un análisis de variables, el cual nos dará la pauta para ingresar productos o servicios al mercado.

El estudio de mercado consiste en establecer y determinar la cantidad de bienes y servicios que se puedan producir para cubrir y satisfacer las necesidades de los consumidores.

Los principales objetivos del estudio de mercado son verificar las posibilidades de introducir un nuevo producto o servicio, determinar cuáles van a ser los canales de distribución y comercialización, establecer el tamaño de la demanda, y los potenciales consumidores.

Es posición imprescindible antes de plasmar cualquier empresa, realizar un estudio de mercado para determinar las características y conocer las necesidades de la clientela, ya que éstas no provienen únicamente de la intuición del que realiza o produce el servicio. En efecto, es necesidad recopilar información fidedigna que permita emprender los siguientes puntos:

Mercado: dimensión física del mercado cultural y de artesanías, evolución actual del mismo y características y comportamientos del consumidor en la ciudad de Ibarra.

Competitividad: características que debe poseer el servicio, posibilidades de aceptación en el mercado frente a otros servicios de similares condiciones y limitaciones propias del mismo.

Entorno: factores sociales como la costumbre de ir a un Centro Cultural, factores económicos directamente relacionados al poder adquisitivo y evoluciones tecnológicas de la materia prima y maquinaria.

3.2 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Analizar la factibilidad del proyecto mediante el estudio de mercado.

3.2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir la cantidad de personas que asistirá al Centro Cultural y de comercialización en la ciudad de Ibarra.
- Priorizar las exigencias de los usuarios de estos servicios en cuanto a preferencias.
- Considerar el valor en dólares por cada visita realizada al Centro Cultural.
- Comparar los precios en el mercado de este servicio.
- Delimitar quiénes son los principales competidores y sus fortalezas.
- Determinar posibles estrategias comerciales.

3.2.2 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

La investigación aplicable a este proyecto es del tipo no experimental, pues en el desarrollo de la misma no se manipulara variable alguna con el fin de sustentar la hipótesis.

3.2.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Aquí se planteó una investigación cuantitativa descriptiva, la cual busca observar los hechos, fenómenos y casos actuales, ubicándose en el

presente. No se limita únicamente a la recolección de datos, sino que procura la interpretación de los mismos.

3.3 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

El Centro Cultural, de Exposición y Comercialización estará diseñado para brindar un servicio de calidad en relación a exposiciones culturales, y artísticas en salones adecuados con instalaciones recreativas.

El servicio principal del Centro Cultural será la presentación de exposiciones culturales Afro ecuatorianas, elaboración y comercialización de artesanías, presentaciones artísticas de música bomba, demostraciones artísticas, grupos de danza, exhibición de trajes típicos, demostraciones gastronómicas, etc.

El centro cultural también tendrá las facilidades para funcionar como teatro o centro cultural con auditorios para discursos, conferencias, disertaciones, presentaciones artísticas.

3.4 MERCADO META

Un mercado meta es un segmento o grupo de personas al cual la empresa deberá llegar utilizando los diferentes métodos de marketing con la finalidad de lograr los objetivos propuestos.

El Centro Cultural, de Exposición y Comercialización para iniciar las actividades en la ciudad de Ibarra se aplicará la estrategia de un programa promocional para el mercado meta, cuando el Centro Cultural haya adquirido prestigio, aceptación y posicionamiento en el mercado, se diseñará un plan promocional dedicado a cada segmento del mercado dependiendo de las necesidades.

El mercado está compuesto por usuarios que necesitan diferentes tipos de servicio como son eventos culturales, exposiciones, demostraciones artísticas como: instituciones educativas, turistas, público en general de la ciudad de Ibarra y de la Provincia de Imbabura.

3.5 SEGMENTO DE MERCADO

El segmento de mercado es un grupo de clientes o consumidores con diferentes necesidades, deseos, gustos, preferencias de compra o estilo de uso de productos o servicios.

Los servicios del Centro Cultural, de exposición y Comercialización son ofertados en especial a los habitantes de la ciudad de Ibarra.

3.6 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

Para la presente investigación se ha tomado en cuenta a la población urbana de la Ciudad de Ibarra Provincia de Imbabura, ya que el proyecto se ubicará en esta ciudad. La población asciende a 139.721 habitantes según el dato del censo proporcionado por el INEC en el año 2010.

3.7 CÁLCULO DE LA MUESTRA

Para la aplicación de los instrumentos de investigación se tomará en cuenta como población a la identificada como mercado objetivo, a una muestra respectiva de 139.721 personas residentes en las parroquias urbanas de la ciudad de Ibarra del sector ocupado, utilizaremos la siguiente formula:

$$n = \frac{N * d^2 * Z^2}{(N-1) E^2 + d^2 * Z^2}$$

Dónde:

n = Tamaño de la Muestra.

N = Universo o población a estudiarse.

d2 = Varianza de la población respecto a las principales características que se van a presentar. Es un valor constante que equivale a 0.25, ya que la desviación típica = 0.5

Z2 = Valor obtenido mediante niveles de confianza o nivel de significancia con el que se va a realizar el tratamiento de estimaciones. Es un valor constante que si se lo toma en relación al 95% equivale a 1.96.

N – 1 = Corrección que se usa para muestras mayores a 30 unidades.

E2 = Error muestral, que varía entre 0.01 – 0.05 (1% y 5%).

3.8 FÓRMULA DE CÁLCULO

$$n = \frac{N * d2 * Z2}{(N-1) E2 + d2 * Z2}$$

$$n = \frac{(139.721) (0.25) (1.96)^2}{(139.721 - 1)(0.05)^2 + (0.25)(1.96)^2}$$

$$n = 383$$

Esto indica que se investigó a 383 personas.

3.9 DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Encuestas realizadas a la población de la ciudad de Ibarra con el objetivo de determinar la factibilidad para la creación de un centro cultural, de exposición y comercialización para el rescate de la cultura, costumbres y tradiciones afro ecuatorianas en la ciudad de Ibarra.

3.10 EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

3.10.1 INFORMACIÓN PRIMARIA

3.10.1.1 Encuestas

Se aplicó encuestas a los propietarios y empleados de las principales galerías y casa del arte para llegar a determinar la calidad del talento humano disponible en la ciudad de Ibarra y para establecer el sistema administrativo-operativo de este tipo de empresas; también se aplicó encuestas a usuarios potenciales para conocer el tipo de servicios que prefieren.

3.10.1.2 Observación directa

Se observó la infraestructura, el equipamiento y los servicios que brindan las galerías, casas culturales y museos tanto de la ciudad de Ibarra como de la ciudad de Quito. También fue necesaria la observación directa para constatar la información obtenida de otras fuentes.

3.10.2 INFORMACIÓN SECUNDARIA

Esta información se obtuvo de diferentes medios como: libros revistas, manuales, leyes, reglamentos e Internet.

3.10.3 RESULTADO DE ENCUESTAS REALIZADAS A LA POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE IBARRA

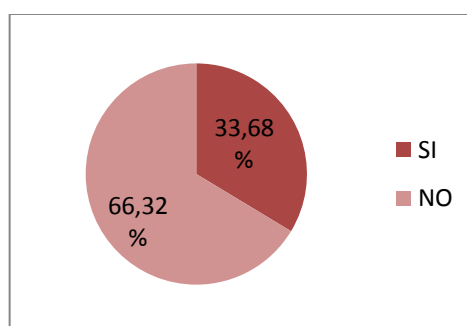
1.- ¿ASISTIÓ ALGUNA VEZ A UN CENTRO CULTURAL, DE EXPOSICIÓN AFROECUATORIANA?

TABLA Nº 1

Indicador	Frecuencia	%
SI	129	33,68%
NO	254	66,32%
TOTAL	383	100.00

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

GRÁFICO Nº 1



Fuente: Población Urbana Ibarra
Elaborado por: La autora
Año: 2014

1.1 ANÁLISIS

Según los resultados de la encuestas se determinó que el 33,68% de las personas encuestadas asistió a un centro cultural, de exposición y comercialización de artesanías afro ecuatorianas, mientras que el 66,32% no asistió a un centro cultural y de exposiciones, lo cual indica que el centro cultural va a poder alcanzar posicionamiento en el mercado, brindando un servicio de calidad.

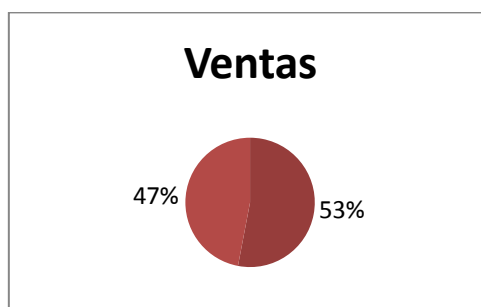
2.- ¿ESTÁ USTED DE ACUERDO CON LA CREACIÓN DE UN CENTRO CULTURAL Y DE EXPOSICIÓN DE LA CULTURA AFROECUATORIANA?

TABLA Nº 2

Indicador	Frecuencia	%
SI	203	53,13%
NO	180	46,87%
TOTAL	383	100

Elaborado por: la autora
Año: 2014

GRÁFICO Nº 2



Fuente: Población Urbana de Ibarra
Elaborado por: La autora
Año: 2014

2.2 ANÁLISIS

Al 53,13% de la población de Ibarra le gustaría que exista un centro cultural, de exposición y comercialización de artesanías para rescatar la Historia, cultura y tradiciones Afro ecuatorianas, indicando así que se va a lograr reconocimiento y aceptación por parte de la ciudadanía, mientras tanto el 46,87% no le interesaría la creación del Centro Cultural.

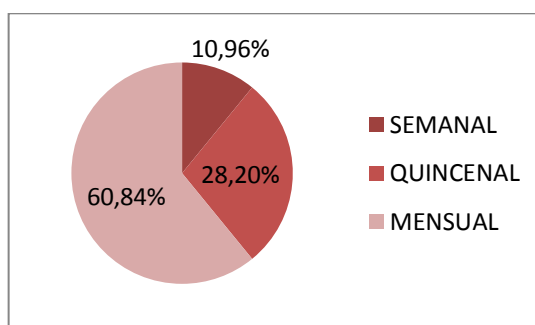
3.- ¿CON QUÉ FRECUENCIA ASISTIRÍA AL CENTRO CULTURAL Y DE EXPOSICIÓN DE LA CULTURA AFROECUATORIANA?

TABLA Nº 3

Indicador	Frecuencia	%
SEMANAL	22	10,96%
QUINCENAL	57	28,20%
MENSUAL	124	60,84%
TOTAL	203	100%

Elaborado por: la autora
Año: 2014

GRÁFICO Nº 3



Fuente: Población Urbana Ibarra
Elaborado por: La autora
Año: 2014

3.1 ANÁLISIS

El 10,96% de las personas asistirán al centro cultural, de exposición y comercialización de artesanías de manera semanal, el 28,20% asistirá de manera quincenal y el 60,84% asistirá de manera mensual, esto nos indica que la mayor afluencia de gente al centro va indicando que las visitas serán 52 veces semanal, 24 veces quincenal y 12 visitas mensuales.

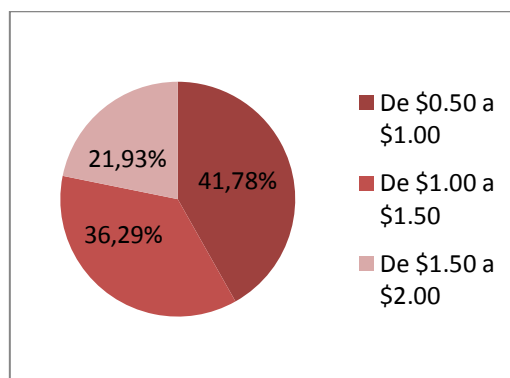
4.- ¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR LA ENTRADA AL CENTRO CULTURAL Y DE EXPOSICIÓN DE LA CULTURA AFROECUATORIANA?

TABLA N.- 4

Indicador	Frecuencia	%
De \$1 a \$1.50	160	41,78%
De \$1.5 a \$1.75	139	36,29%
De \$1.75 a \$2.00	84	21,93%
TOTAL	383	100.00

Elaborado por: la autora
Año: 2014

GRÁFICO Nº 4



Fuente: Población Urbana Ibarra
Elaborado por: La autora
Año: 2014

4.1 ANÁLISIS

Según la encuesta realizada se determinó que la mayoría de personas que visitarán el centro cultural, de exposición y comercialización estarán dispuestos a pagar un precio promedio de \$ 1.20 por la entrada, lo cual sirve para calcular el promedio de ingresos mensuales que va a tener el centro cultural.

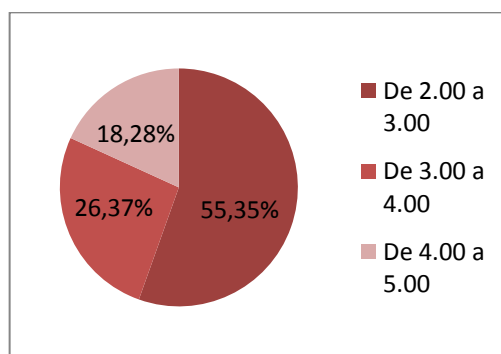
5.- ¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR LAS ARTESANÍAS AFROECUATORIANAS?

TABLA N.- 5

Indicador	Frecuencia	%
De 2.00 a 3.00	212	55,35%
De 3.00 a 4.00	101	26,37%
De 4.00 a 5.00	70	18,28%
TOTAL	383	100.00

Elaborado por: la autora
Año: 2014

GRÁFICO Nº 5



Fuente: Población Urbana Ibarra
Elaborado por: La autora
Año: 2014

5.1 ANÁLISIS

El 55,35% de la población estarían dispuesta a pagar un precio promedio de \$3,12 dólares por las artesanías que se venderán en el centro cultural, esto indica que los visitantes si estarían dispuestos a pagar un buen precio por las artesanías que se van a exponer en el centro cultural.

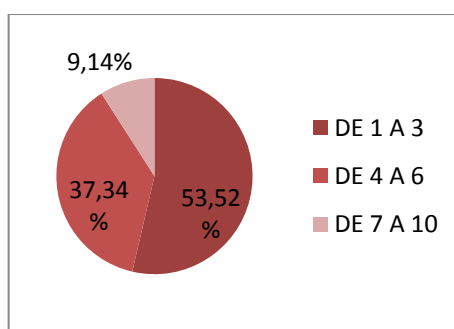
6. ¿CUÁNTAS ARTESANÍAS ESTARÍA DISPUESTO A COMPRAR USTED MENSUALMENTE?

TABLA Nº 6

Indicador	Frecuencia	%
DE 1 A 3	205	53,52%
DE 4 A 6	143	37,34%
DE 7 A 10	35	9,14%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: la autora
Año: 2014

GRÁFICO N.- 6



Fuente: población Urbana Ibarra
Elaborado por: La autora
Año: 2014

6.2 ANÁLISIS

El 53,52% de la población estarían dispuestas a comprar de 1 a 3 artesanías que se venderán en el centro cultural, indicando así que los visitantes si estarían dispuestos a comprar las artesanías que se van a exponer en el centro cultural.

3.11 IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

La identificación de la demanda puede ser la clave para que un producto o servicio sea aceptado por un mercado. El marketing o mercadeo no es otra cosa que enfocarse totalmente en el mercado, sea la totalidad del mismo o una parte del mismo.

La demanda potencial se obtuvo de un análisis a través de datos publicados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), del censo del año 2010, en el cuál la población urbana de la ciudad de Ibarra es de 139.721 habitantes.

3.11.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

El objetivo primordial en el análisis de la demanda es medir cuáles son las fuerzas que afectan las necesidades del mercado con respecto a un bien o servicio y cómo satisfacer esas necesidades.

En cuanto a la demanda de los servicios de un centro cultural, de exposición y comercialización de artesanías no existe datos estadísticos en el ministerio de turismo ni en otra dependencia, tal vez el motivo fundamental es que el país no ha desarrollado esta actividad, y las empresas de servicios similares como casa de la Cultura manejan estadísticas de eventos en general, especialmente de tipo social y no proporcionan esta información por considerarla confidencial.

Para conocer acerca de las necesidades de los clientes se realizó una investigación directa a través de encuestas y entrevistas, datos que servirán para establecer la demanda de estos servicios en la ciudad de Ibarra.

Cabe resaltar que el mercado total del Centro Cultural, de exposición y comercialización es el 53,13% la población urbana de la ciudad de Ibarra.

3.11.2 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

3.11.2.1 FÓRMULA CÁLCULO DEMANDA

$$DF = D_p (1 + i)^n$$

Donde:

Df: Demanda Futura

Dp: demanda presente

i: Tasa de crecimiento

n: año proyectado

CUADRO N. 8
DEMANDA PROYECTADA

AÑO	POBLACIÓN	TASA DE CRECIMIENTO
2014	139.721	2.09%
2015	142.641	2.09%
2016	145.622	2.09%
2017	148.665	2.09%
2018	151.772	2.09%

Elaborado por: La autora
Año: 2014

CUADRO Nº 9
DEMANDA INSATISFECHA

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DI
2014	1.467.458	89.393	1.378.065
2015	1.498.121	91.080	1.407.041
2016	1.529.430	92.767	1.436.663
2017	1.561.390	94.454	1.466.936
2018	1.594.022	96.141	1.497.881
TOTAL	7.650.420	463.835	7.186.585

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

3.12 PRONÓSTICO DE VENTAS

Para el pronóstico de ventas se consideró captar el 4% de la demanda insatisfecha, con un aumento del 5% por los siguientes años consecutivos.

**CUADRO N.- 10
PRONÓSTICO DE VENTAS**

AÑO	VISITAS
2014	55.123
2015	56.282
2016	57.467
2017	58.677
2018	59.915

**Elaborado por: La Autora
Año: 2014**

3.13 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Según el Ministerio de Cultura y el Ilustre Municipio de Ibarra en la ciudad existen cinco lugares que pueden ser considerados como competencia y que ofrecen servicios similares a los que propone el proyecto “Estudio de Factibilidad para la creación de un centro cultural, de exposición y comercialización de artesanías para el rescate de la historia cultura y tradiciones afroecuatoriana

**CUADRO N.- 11
COMPETENCIA**

NOMBRE	DIRECCIÓN	SERVICIOS QUE OFRECE
Museo Ministerio de Cultura Ibarra	Sucre y Oviedo Esquina	Exposiciones, talleres, conferencias, foros, proyecciones, recitales, cursos, documentales.
Tolas de Socapamba, San Clemente, Zuleta	Yahuarcocha, San clemente y Zuleta	Miradores, exposición de piezas
Museo de Caranqui	Caranqui	Litigios arqueológicos de la Cultura Caranqui
Sala de exposiciones Rafael Troya	Calle García Moreno	Exposiciones Artísticas, Obras de arte, etc.
Ruinas de Inkawasi	Caranqui	Exposición arqueológicas

Elaborado por: La Autora

Fuente: GAD Ibarra

Año: 2014

3.14 ANÁLISIS DE LA OFERTA

Para realizar el análisis de la oferta, se realizó un estudio de mercado, entrevistando a los productores principales de artesanías, el cual servirá para determinar la oferta histórica y oferta futura, para determinar cuál va a ser el mercado potencial al cual vamos a cubrir con nuestro proyecto.

3.14.1 OFERTA HISTÓRICA

**CUADRO Nº 12
OFERTA HISTÓRICA**

AÑO	MUSEO BCE	MUSEO CARANQUI	CASA DE LA CULTURA ECUATORIANA	TOTAL
2014	35.322	6.133	39.537	80.992
2015	36.036	6.257	40.336	82.629
2016	36.764	6.383	41.151	84.298
2017	37.507	6.512	41.982	86.001
2018	38.265	6.644	42.830	87.739
TOTAL	183.894	31.929	205.836	421.659

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

**CUADRO Nº 13
OFERTA HISTÓRICA**

AÑOS	N(X)	Y(DEMANDA)	XY	X2
2014	1	80.992	80.992	1
2015	2	82.629	165.258	4
2016	3	84.298	252.894	9
2017	4	86.001	344.004	16
2018	5	87.739	438.695	25
TOTAL	15	421.659	1.281.843	55

Elaborado por: La Autora
Fuente: Museo Ministerio de Cultura, CCE, Museo Caranqui
Año: 2014

**CUADRO Nº 14
DEMANDA INSATISFECHA**

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DI
2014	1.467.458	89.393	1.378.065
2015	1.498.121	91.080	1.407.041
2016	1.529.430	92.767	1.436.663
2017	1.561.390	94.454	1.466.936
2018	1.594.022	96.141	1.497.881
TOTAL	7.650.420	463.835	7.186.585

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

3.15 PROYECCIÓN DE PRECIOS

Según la información recopilada en las encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Ibarra se determinó que el 41.77% de las personas estarían dispuesta a pagar entre \$1.00 a \$ 1.50 por la entrada al centro cultural y de exposición, por lo que se optó por considerar un precio promedio de \$1.20

CUADRO Nº 15
PROYECCIÓN PRECIO ENTRADA AL CENTRO

AÑOS	PRECIO	% INFLACIÓN
2014	1,20	3,41%
2015	1,24	3,41%
2016	1,28	3,41%
2017	1,33	3,41%
2018	1,37	3,41%

Elaborado por: La autora
Fuente: BCE, Encuestados
Año: 2014

3.16 ESTRATEGIA COMERCIAL

La estrategia comercial será fundamental en el estudio por lo que se analizara los cuatro factores principales como son: producto, precio, promoción y distribución.

3.16.1. PRODUCTO

El centro cultural es una microempresa dedicada a la prestación de servicios, la estrategia de producto son las características de sus instalación, decoraciones, el servicio de calidad.

Los servicios del centro cultural y de exposición están dirigidos a toda la población de la ciudad, los principales atractivos del centro cultural van a ser: representaciones gráficas y artísticas, música en vivo, grupos de danza, exposiciones culturales, degustación de platos típicos, entre otras.

El centro cultural y de exposición contara con una imagen y un logotipo.



3.16.2. PRECIO

El precio de la entrada al centro cultural y de exposición se lo considero tomando en cuenta la competencia, en el caso de las presentaciones artísticas en ocasiones especiales se tomara en cuenta otro precio, y las artesanías dependerán del tamaño y diseño de la misma, y los precios en la cafetería dependerán del plato que escoja el cliente.

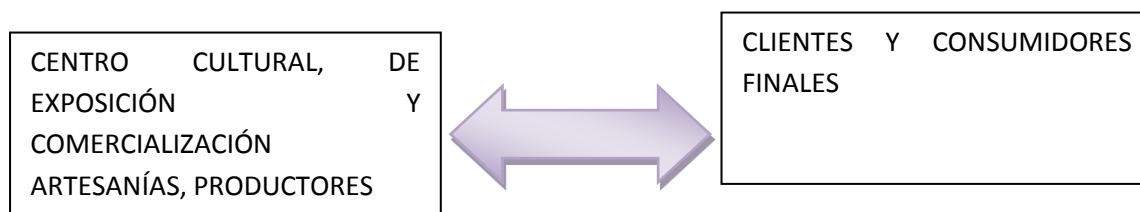
3.16.3. PROMOCIÓN

La promoción nos servirá para informar a los clientes la existencia del servicio, para esto se utilizara la venta personal, publicidad, asistiendo a la diferentes instituciones educativas para darles a conocer el centro y los servicios que se prestaran en el mismo, también se utilizaran trípticos, afiches, tarjetas de presentación.

3.16.4. DISTRIBUCIÓN

Para iniciar las actividades en la ciudad de Ibarra el Centro Cultural, de Exposición y Comercialización de Artesanías se va a utilizar la distribución directa de los servicios.

DISTRIBUCIÓN DEL SERVICIO



3.17. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

Después de haber analizado la oferta y la demanda se concluyó que en la ciudad de Ibarra existe una gran demanda potencial que se podrá satisfacer brindando un servicio de calidad, con atención personalizada y con precios que estén al alcance de los posibles consumidores, y de esta manera se logrará posicionamiento y reconocimiento en el mercado, a través de la identificación del área de afectación del proyecto a corto y mediano plazo, se realizará a través de la aplicación de encuestas, entrevistas con expertos utilizando las técnicas de cuestionarios, para de esta manera poder determinar cuál va a ser el mercado meta, conocer cuáles van a ser los demandantes y poder identificar el tipo de servicio que se va a ofrecer.

CAPÍTULO IV

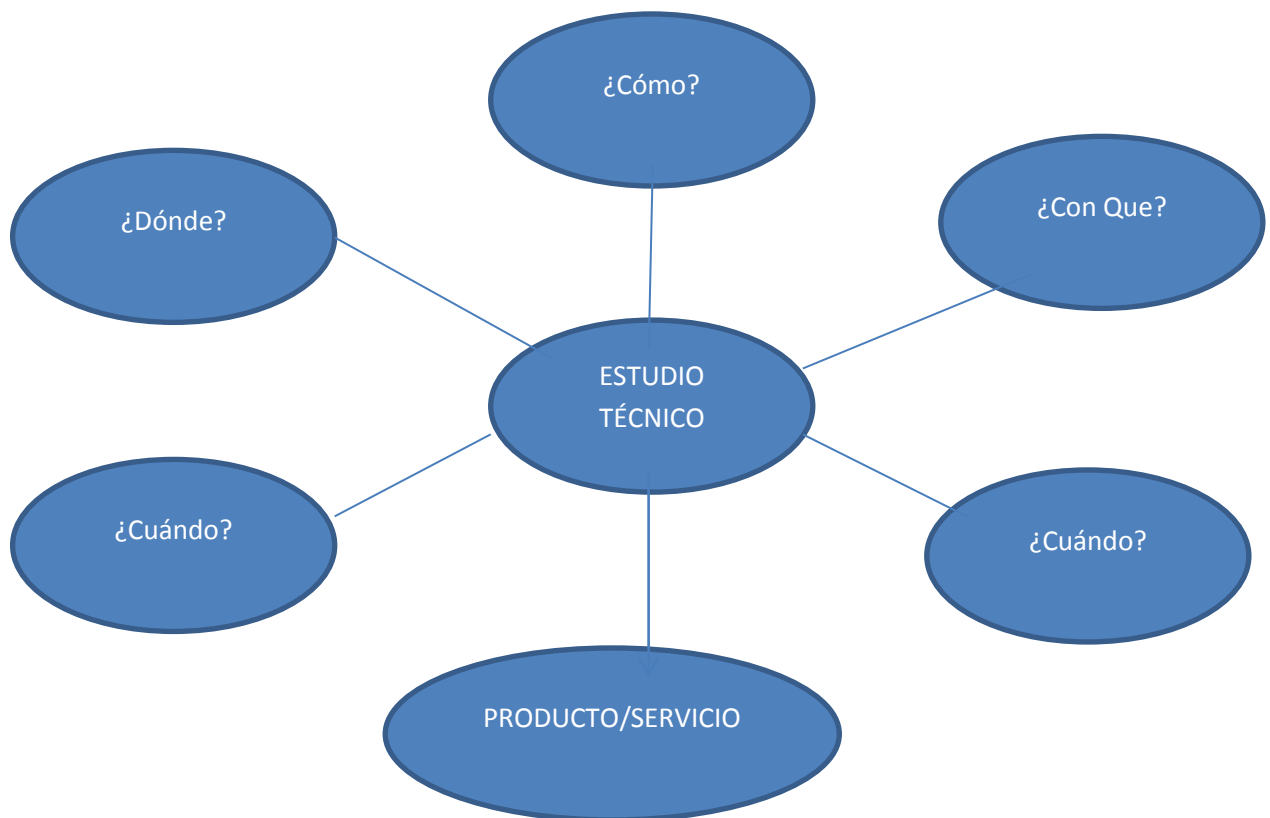
4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1 PRESENTACIÓN

El objetivo de este capítulo es determinar la función de la producción óptima, analizando alternativas y condiciones en que se pueden combinar los factores, para utilizar eficaz y eficientemente los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado.

Analizando cada uno de las interrogantes ¿Dónde. Cuánto, cuándo, cómo y con qué producir?

**GRÁFICO N.- 7
OBJETIVOS DEL ESTUDIO TÉCNICO**



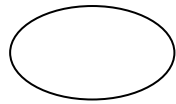
Elaborado por la: Autora
Año: 2014

4.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

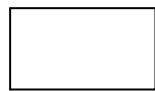
4.2.1 FLUJOGRAMA DE PROCESOS

El flujo grama de procesos sirve para describir los procedimientos necesarios para completar el ciclo del servicio

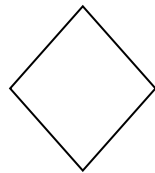
A continuación se representa gráficamente la simbología a utilizarse:



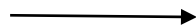
INICIO, FIN



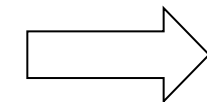
PROCESO



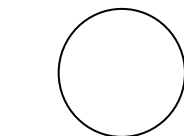
DECISIÓN



CONECTOR



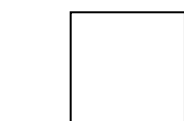
TRANSPORTE



OPERACIÓN

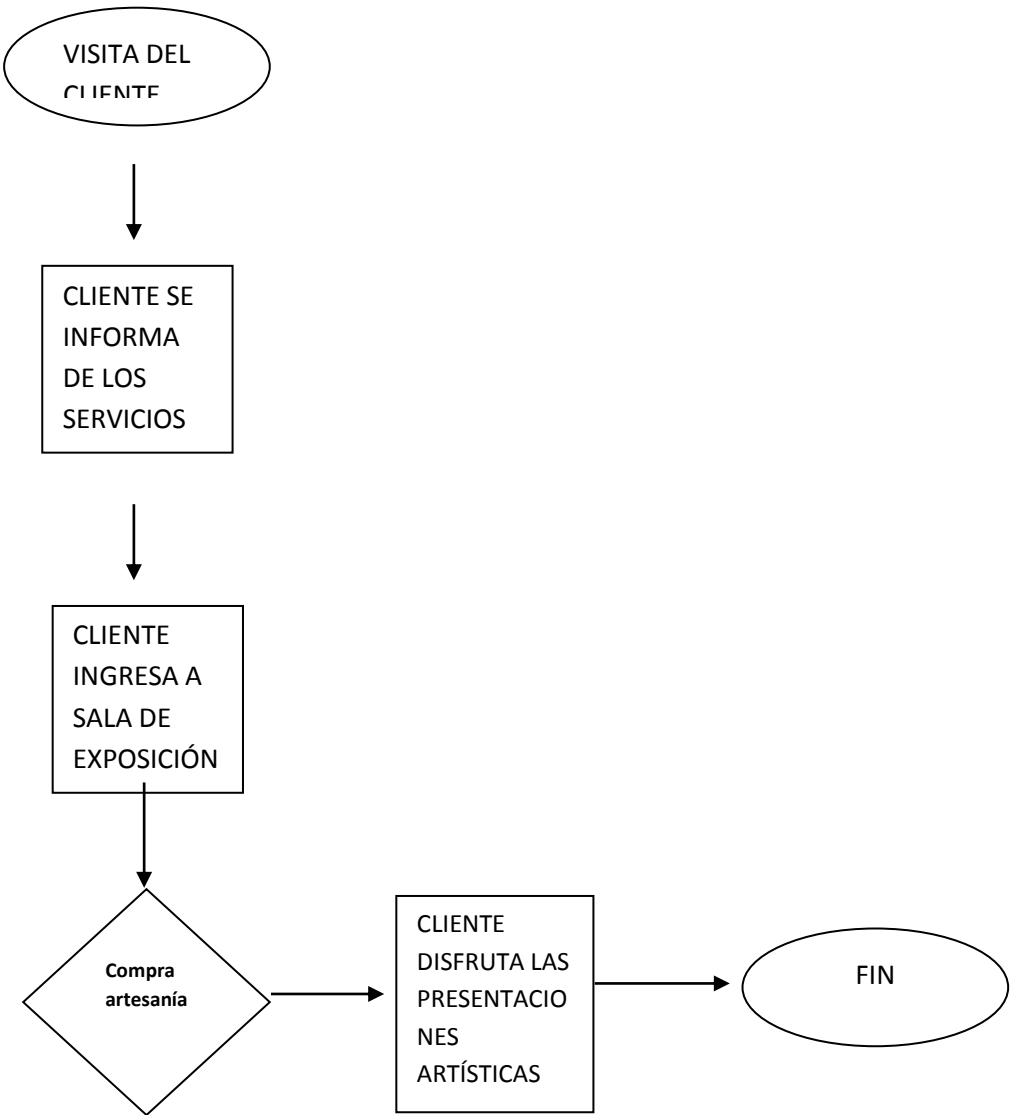


DOCUMENTACIÓN



INSPECCIÓN

GRÁFICO N. 8
FLUJOGRAMA DE PROCESOS



4.3 TAMAÑO DEL PROYECTO

Conforme a lo analizado en el capítulo de estudio de mercado, el tamaño del proyecto se determina en base a la demanda insatisfecha, y la capacidad instalada, el proyecto estará orientado a conseguir una demanda continua del mercado, la cual se procurara atender en forma permanente a través de ventas a realizarse en un promedio de 52 veces semanales.

4.3.1 Factores condicionantes del tamaño del proyecto

✓ Dimensión de mercado

El objetivo del proyecto es la creación de una microempresa de servicios de exposición para la población identificada en el estudio de mercado.

Según los resultados de la investigación de mercado realizada en el capítulo anterior se determinó la demanda potencial a satisfacer para el año 2014 es de 55.123 visitas al centro cultural. Hay que tratar de llegar a este mercado de una manera estratégica para satisfacer las necesidades de los clientes.

✓ Disponibilidad de insumos

La disponibilidad de insumos es un factor determinante a la hora de las ventas, ya que son muy importantes para poder ofertar un producto o servicio de calidad que cumpla con las expectativas del cliente.

El centro cultural tendrá un horario de atención de 09:00am a 18:00pm de miércoles a domingo, el centro tendrá tres presentaciones diarias para poder brindar un servicio de calidad a nuestros futuros visitantes.

✓ Disponibilidad de Mano de obra

Para un servicio de calidad las personas encargadas de la atención del centro cultural serán capacitadas continuamente.

✓ **Capacidad financiera**

El financiamiento del proyecto se realizará con fondos propios el 14,21% y fondos financiados 85,79%, ahora en la actualidad hay mayor facilidad para acceder a créditos productivos, el crédito se obtendrá en la Corporación Financiera Nacional y se tomó en cuenta una tasa de interés del 11% para efectos del cálculo el monto financiado será para 5 años.

✓ **Capacidad administrativa**

La adecuada gestión del centro cultural requiere personal capacitado que sepa hacer un buen uso de los recursos con los que se cuentan como son manejo de presupuestos, promociones, compras, ventas, servicio al cliente, etc. Otra de las alternativas puede ser el manejo administrativo por parte de la autora del proyecto para garantizar el funcionamiento corrector del negocio en los periodos de creación, instalación y posicionamiento en el mercado.

4.4 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Existen varios factores que pueden influenciar las decisiones de localización de un centro cultural, variando su importancia, en función localización sus circunstancias y sus objetivos concretos.

Los principales factores que pueden influir sobre la localización, los cuales no siempre tienen carácter tangible son:

- **Mercado Meta**

La localización de los clientes o usuarios son un factor muy importante, ya que son la razón de ser de nuestra empresa, por lo que es fundamental mantener una estrecha relación con los clientes.

También es importante conocer la localización de la competencia como parte de las estrategias.

- **Impuestos y Servicios Públicos**

Se debe tomar en cuenta los diferentes impuestos que existen a la hora de montar la microempresa, también hay que considerar los diferentes servicios que pueden brindarse.

- **Terrenos y Construcción**

Es importante tomar en cuenta la ubicación del terreno ya sea que se vaya a construir o arrendar el local, debemos ubicar precios razonables así como los moderados costos de construcción son factores adicionales a considerar, pues ambos pueden variar según el lugar.

4.4.1 MACROLOCALIZACIÓN

La macro localización del Centro Cultural será:

Continente: Americano

País: Ecuador

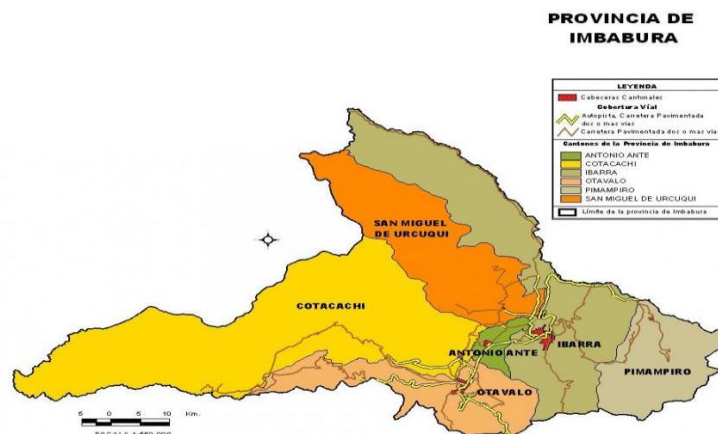
Provincia: Imbabura

Cantón: Ibarra

Ciudad Ibarra

A continuación el mapa de ubicación geográfica:

GRÁFICO N.- 9
MAPA DE LA CIUDAD DE IBARRA



Fuente: Municipio Cantón Ibarra

Elaborado por: La autora

Año: 2014

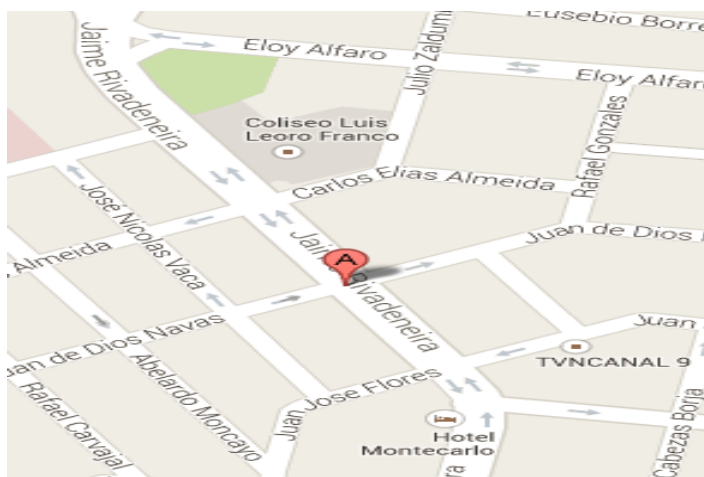
4.4.2 MICROLOCALIZACIÓN

Para la microlocalización del proyecto se analizaron los siguientes aspectos:

- Demanda Potencial
- Cercanía
- Costo del Transporte
- Servicios Básicos
- Canales de Distribución
- Seguridad

Para determinar la micro localización se analizaron dos posibles lugares que son: sector Ajavi y Sector Yacucalle.

**GRÁFICO N.- 10
UBICACIÓN DEL PROYECTO**



Fuente: internet
Elaborado por: La Autora
Año: 2014

4.5 UBICACIÓN DE LA PLANTA

La ubicación del Centro Cultural es muy importante, se analizarán dos posibles lugares a través de la matriz de evaluación de factores y también se usara el método cualitativo por puntos.

4.5.1 Método cualitativo por puntos

4.5.1.1 Escala de evaluación

- 10 optima – 1 pésima

4.5.1.2 Ubicaciones

- **Ubicación A:** SECTOR AJAVÍ
- **Ubicación B:** SECTOR YACUCALLE

4.5.1.3 FACTORES

- Medios y costos del transporte
- Disponibilidad y costo de mano de obra idónea
- Cercanía de las fuentes de abastecimiento (proveedores)
- Cercanía del mercado meta
- Costo y disponibilidad de terrenos (valor arriendo)
- Posibilidad de tratar desechos
- Existencia de una infraestructura industrial adecuada.
- Consideraciones legales y políticas (impuestos)
- Competencia
- Seguridad
- Ordenanzas municipales
- Permiso sanitario
- Permiso de bomberos

CUADRO N.- 16
MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS

FACTOR	PESO	SECTOR AJAVÍ	PONDERACIÓN	SECTOR YACUCALLE	PONDERACIÓN
Demanda potencial	30%	5	2.25	5	2.25
Cercanía	25%	8	2	6	1.5
Costo transporte	10%	3	0.30	3	0.30
Servicios básicos	10%	7	0.70	7	0.70
Canales de distribución	10%	4	0.40	5	0.50
Seguridad	15%	7	1.05	6	0.90
	100%		6.7		6.15

Elaborado por: La Autora
Fuente: Método Cualitativo por Puntos
Año: 2014

De acuerdo al análisis realizado el Centro Cultural va a estar ubicado en la ciudad de Ibarra en el sector Ajavi en las calles Jaime Rivadeneira entre Carlos Elías Almeida y Juan de Dios Navas.

4.6 DISTRIBUCIÓN DEL CENTRO CULTURAL

Las instalaciones del centro cultural serán de la siguiente manera:

**CUADRO N.- 17
DISTRIBUCIÓN DEL CENTRO CULTURAL**

N.-	ÁREA	m2
1	Dirección	16,34
2	Secretaría	14,62
3	Sala de exposiciones	11,41
4	Sala de exposiciones	77,9
5	Camerinos	11,8
6	Área de Danza	45,5
7	Bodega	10,2
8	Sanitarios Hombres	9,52
9	sanitarios Mujeres	10,2
TOTAL		207,49

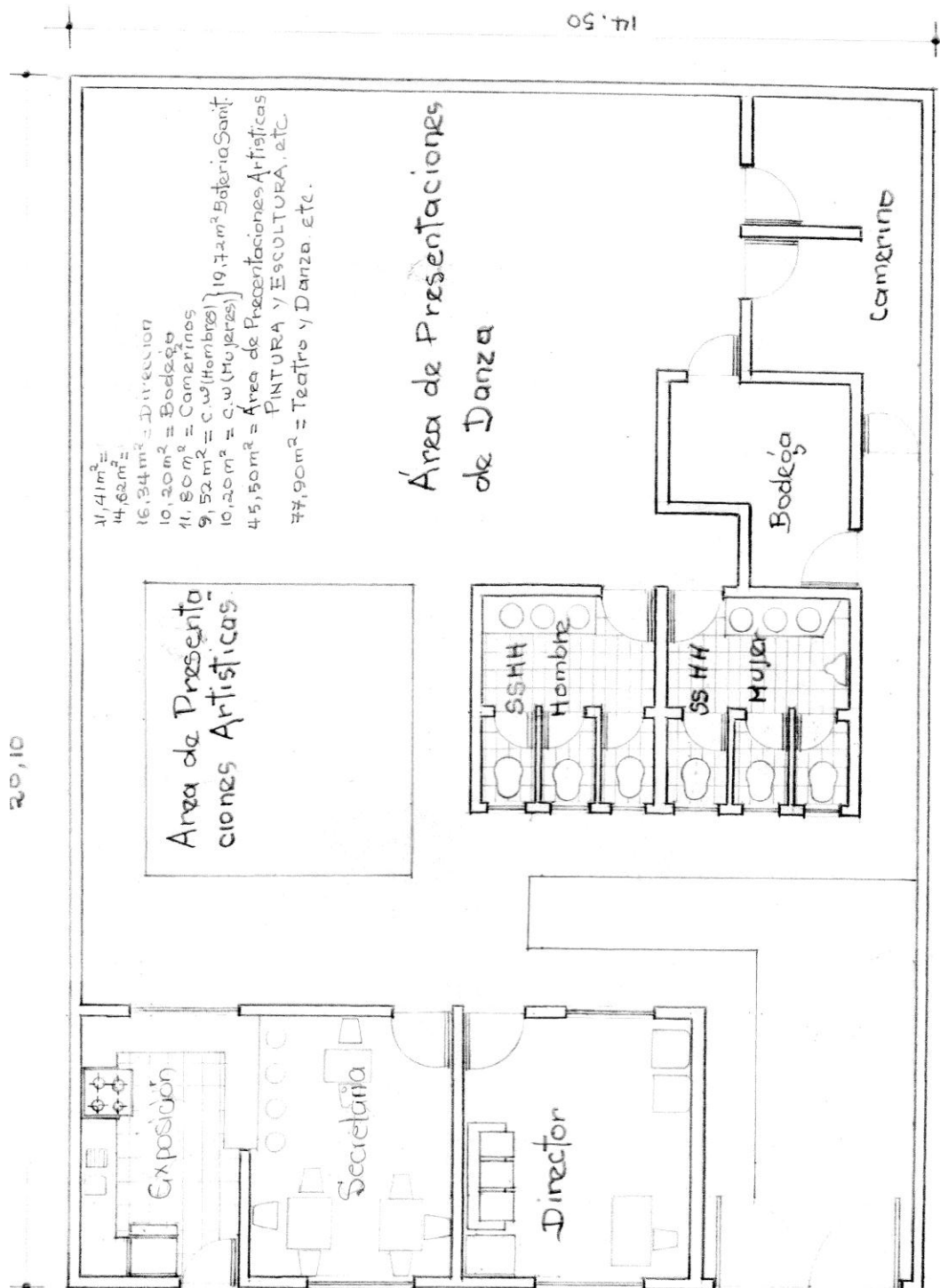
Elaborado por: La Autora

Año: 2014

4.7 DISEÑO DE INSTALACIONES

Las instalaciones van a estar distribuidas de la siguiente manera como se detalla a continuación en el gráfico:

GRÁFICO Nº. 11
DISEÑO DE LAS INSTALACIONES



4.8 PRESUPUESTO TÉCNICO

A continuación se detalle los recursos que se van a emplear para el inicio de operaciones del Centro Cultural:

4.8.1 INVERSIONES FIJAS

4.8.1.1 Equipo de Computación

CUADRO N.- 18
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SONIDO

ARTICULO	CANTIDAD	VU	VT
Computador	1	700,00	700,00
Proyector X6 1200	3	400,00	1.200,00
Parlantes	2	400,00	800,00
Equipo de amplificación	2	500,00	1.000,00
Micrófonos	6	50,00	300,00
TOTAL			4.000,00

Elaborado por la: Autora
Año: 2014

4.8.1.2. Muebles y enseres

CUADRO N.- 19
MUEBLES Y ENSERES

ARTICULO	CANTIDAD	VU	VT
Cuadros Gráficos	15	1.000,00	15.000,00
Bustos	10	800,00	8.000,00
Escritorios	3	223,21	669,63
Silla Ejecutiva	2	77,68	155,36
Sillas Visitas	50	40,18	2.009,00
Archivador	3	75,98	227,94
TOTAL			26.061,93

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

4.8.1.3 Equipos y Útiles de oficina

**CUADRO N.- 20
EQUIPO Y ÚTILES DE OFICINA**

ARTICULO	CANTIDAD	VU	VT
Caja registradora Sam 4s	1	550,00	550,00
Teléfono Panasonic	3	64,58	193,74
Resmas papel bond Xerox	20	3,40	68,00
Art. Oficina	1	9,00	9,00
TOTAL			820,74

Elaborado por: la Autora
Año: 2014

4.8.2 INVERSIONES DIFERIDAS

4.8.2.1 Gastos de Constitución

Los gastos de constitución para la implementación del centro cultural son los siguientes:

**CUADRO N.- 21
GASTOS DE CONSTITUCION**

DESCRIPCIÓN ARTICULO	CANTIDAD	VU	VT
Estudios y diseños	1	550,00	550,00
Trámites de Constitución		650,00	650,00
TOTAL			1.200,00

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

4.8.3 CAPITAL DE TRABAJO

En el capital de trabajo están considerados rubros de un mes, hasta que se puedan obtener ingresos por las ventas.

**CUADRO N.- 22
CAPITAL DE TRABAJO**

CAPITAL DE TRABAJO			
DESCRIPCIÓN		TOTAL	%
GASTOS ADMINISTRATIVOS			
SUELDO	GERENTE	600,00	12,59%
	SECRETARIA	340,00	7,13%
	GUÍAS	400,00	8,39%
	DÉCIMO TERCER SUELDO	111,67	2,34%
	DÉCIMO CUARTO SUELDO	79,50	1,67%
	APORTE PATRONAL	149,41	3,14%
	SERVICIOS BÁSICOS	585,00	12,28%
GASTOS DE VENTAS			
	GASTO PUBLICIDAD	500,00	10,49%
	SUMINISTRO Y MATERIALES	250,00	5,25%
	MOVILIZACIÓN	50,00	1,05%
	IMPREVISTOS	150,00	3,15%
	ARRIENDO	350,00	7,34%
	GASTOS CONSTITUCIÓN	1200,00	25,18%
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		4765,58	100,00%

Elaborado por: La autora

Año: 2014

4.8.4 TALENTO HUMANO

El personal para laborar en el Centro Cultural se detalla a continuación:

**CUADRO N.- 23
TALENTO HUMANO**

DESCRIPCIÓN	Q	SUELDO	13 SUELDO	14 SUELDO	APORTE PATRONAL	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	TOTAL
GERENTE	1	600,00	50,00	26,5	66,90	25	49,98	818,38
SECRETARIA	1	340,00	28,33	26,5	37,91	14,17	28,32	475,232
GUÍA	1	400,00	33,33	26,5	44,60	16,67	33,32	554,42
TOTAL	3	1.340	111,67	79,5	149,41	55,83	111,62	1.848,03

Elaborado por: La Autora

Año: 2014

4.8.5 GASTOS ADMINISTRATIVOS

A continuación se detalla los sueldos del personal administrativo:

CUADRO N.- 24
SUELDOS PERSONAL ADMINISTRATIVO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	TOTAL ANUAL
GERENTE	1	600,00	7200,00.
SECRETARIA	1	340,00	4.080,00
GUÍA	1	400,00	4.800,00
TOTAL	3	1.340,00	16.080,00

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

4.8.5.1 GASTOS GENERALES

Los gastos generales se detallan a continuación:

CUADRO N.- 25
SERVICIOS BASICOS

DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
AGUA	25,00	300,00
LUZ	100,00	1.200,00
TELÉFONO	75,00	900,00
INTERNET	35,00	420,00
ARRIENDO	350,00	4.200,00
TOTAL	585,00	7.020,0

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

4.8.5.2 DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS

Para el cálculo de las depreciaciones se utilizó el método de línea recta, método que se encuentra vigente en la ley de régimen tributario interno, cada activo se deprecia considerando su vida útil.

A continuación se detallan los porcentajes y años de vida útil:

**CUADRO N.- 26
TABLA DE DEPRECIACIÓN**

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS		
ACTIVO	PORCENTAJE	AÑOS DE VIDA ÚTIL
EQUIPO DE COMPUTO	33%	3
EQUIPO DE OFICINA	10%	10
MUEBLES Y ENSERES	10%	10
MAQUINARÍA Y EQUIPO	10%	10

Elaborado por: la autora
Fuente: Ley de Régimen Tributario interno
Año: 2014

A continuación se detallan las respectivas depreciaciones de los activos del Centro Cultural:

**CUADRO N.- 27
DEPRECIACIONES ACTIVOS FIJOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MUEBLES Y ENSERES	2.606,19	2.606,19	2.606,19	2.606,19	2.606,19
EQ. COMPUTACIÓN	1.333,33	1.333,33	1.333,33	0	0
EQ. Y ÚTILES DE OFICINA	82,07	82,07	82,07	82,07	82,07
TOTAL DEPRECIACIÓN	4.021,60	4.021,60	4.021,60	2.688,27	2.688,27

Elaborado por: la Autora
Año: 2014

4.8.5 GASTOS DE VENTAS

Dentro de los gastos de ventas están consideradas la publicidad y la propaganda, instrumentos esenciales para dar a conocer el Centro Cultural.

**CUADRO N.- 28
GASTOS DE VENTAS**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad y propaganda	6.000,00	6.204,60	6.416,18	6.634,97	6.861,88
TOTAL	6.000,00	6.204,6	6.416,18	6.634,97	6.861,88

Elaborado por: la Autora
Año: 2014

4.8.6 FINANCIAMIENTO

Para la implementación del centro cultural se va a contar con recursos propios y financiados, lo recursos financiados serán obtenidos en la Corporación Financiera Nacional a un plazo de 5 años y con una tasa de interés del 11% se detalla a continuación:

**CUADRO N.- 29
FINANCIAMIENTO**

ESTRUCTURA	VALOR	PORCENTAJE
FONDOS PROPIOS	5.648,25	15,84
FONDOS FINANCIADOS	30.000,00	84,16
TOTAL INVERSIÓN DEL PROYECTO	35.648,25	100,00%

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

La inversión total que será necesaria para poner en marcha el Centro cultural es de \$ 35.648,25 dólares de los cuales \$ 30.000 dólares serán los fondos financiados que se obtendrán en una entidad financiera, a continuación la tabla de amortización:

**CUADRO N.- 30
TABLA DE AMORTIZACIÓN**

N.-	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	SALDO
0				30.000,00
1	8.117,11	3.300,00	4.817,11	25.182,89
2	8.117,11	2.770,12	5.346,99	19.835,90
3	8.117,11	2.181,95	5.935,16	13.900,74
4	8.117,11	1.529,08	6.588,03	7.312,71
5	8.117,11	804,40	7.312,71	0,00
TOTAL	40.585,55	10.585,55	30.000,00	66.232,23

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

4.8.7 GASTOS FINANCIEROS

Los gastos financieros son los que se generan por el monto de dinero financiado:

**CUADRO N.- 31
GASTOS FINANCIEROS**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INTERÉS	3.300,00	2.770,12	2.181,95	1.529,08	804,40
TOTAL	3.300,00	2.770,12	2.181,95	1.529,08	804,40

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO

5.1 PRESUPUESTO DE LA INVERSIÓN

5.1.1 Inversiones fijas

Las inversiones fijas está comprendido lo siguiente:

Valor del terreno, valor de edificios, valor de la maquinaria y equipo, valor de vehículos, valor de muebles y enseres.

**CUADRO N.- 32
INVERSIONES FIJAS**

DETALLE	TOTAL	PORCENTAJE
Equipo de Computación y Sonido	4.000,00	12,95%
Muebles y Enseres	26.061,93	84,39%
Equipo y Útiles de oficina	820,74	2,66%
TOTAL	30.882,67	100%

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

5.1.2 Capital de Trabajo

**CUADRO N.-33
CAPITAL DE TRABAJO**

DESCRIPCIÓN		TOTAL	%
GASTOS ADMINISTRATIVOS			
SUELDOS	GERENTE	600,00	12,59%
	SECRETARIA	340,00	7,13%
	GUÍAS	400,00	8,39%
	DÉCIMO TERCER SUELDO	111,67	2,34%
	DÉCIMO CUARTO SUELDO	79,50	1,67%
	APORTE PATRONAL	149,41	3,14%
	SERVICIOS BÁSICOS	585,00	12,28%
GASTOS DE VENTAS			
	GASTO PUBLICIDAD	500,00	10,49%
	SUMINISTROS Y MATERIALES	250,00	5,25%
	MOVILIZACIÓN	50,00	1,05%
	IMPREVISTOS	150,00	3,15%
	ARRIENDO	350,00	7,34%
	GASTOS CONSTITUCIÓN	1.200,00	25,18%
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO MENSUAL		4.765,58	100,00%

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

5.1.3 Total inversión del proyecto

**CUADRO N.- 34
TOTAL DE LA INVERSIÓN**

DETALLE	TOTAL	PORCENTAJE
INVERSIONES FIJAS	30.882,67	86,63%
CAPITAL DE TRABAJO	4.765,58	13,37%
TOTAL	35.648,25	100,00%

Elaborado por la: Autora
Año: 2014

5.2 PRESUPUESTO DE OPERACIÓN

5.2.1 Presupuesto de Ingresos

El capítulo del estudio de mercado sirvió para realizar el presupuesto de ingresos, el capítulo tres se estableció la demanda que tendrá el Centro Cultural tomado como base el porcentaje de personas que asistirá y son residentes en la ciudad de Ibarra, el análisis de la competencia y las encuestas realizadas sirvió para determinar el precio de la entrada al Centro cultural.

Para la proyección de ingresos se tomó como datos los obtenidos en el estudio de mercado y en el estudio técnico.

En el primer año el centro cultural captará el 4% de la demanda potencial, para los siguientes años se prevea que tendrá un 5% de aumento.

A continuación se detalla los ingresos proyectados para un periodo de 5 años:

**CUADRO N.- 35
PROYECCIÓN DE INGRESOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS PROYECTADAS	55.123,00	56.282,00	57.467,00	58.677,00	59.915,00
PRECIO PROYECTADO	1,20	1,24	1,28	1,33	1,37
TOTAL	66.147,10	69.839,90	73.741,00	77.864,90	82.215,70

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora
Año: 2014

5.2.2 PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS

Son los costos y gastos que el centro cultural debe incurrir para su realizar sus actividades:

5.2.2.1 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos de administración están conformados por sueldos del personal administrativo, servicios básicos, suministros y materiales como se detalla a continuación:

5.2.2.1.1 GASTOS DEL PERSONAL

**CUADRO N.- 36
GASTOS DE PERSONAL**

SUELDO PERSONAL ADMINISTRATIVO					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SUELDO	16.080,00	17.252,23	18.509,92	19.859,29	21.307,04
13ER SUELDO	1.340,00	1.385,69	1.432,95	1.481,81	1.532,34
14TO SUELDO	954,00	986,53	1.020,17	1.054,96	1.090,93
FONDOS DE RESERVA		1.099,56	1.137,05	1.175,83	1.215,92
APORTE PATRONAL	1.792,92	1.854,06	1.917,28	1.982,66	2.050,27
VACACIONES	670,00	692,85	716,47	740,90	766,17
TOTAL	20.836,92	23.270,92	24.733,85	26.295,46	27.962,67

Elaborado por la: autora
Año: 2014

5.2.2.1.2 GASTOS GENERALES

**CUADRO N.- 37
GASTOS GENERALES**

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
AGUA	300,00	310,23	320,81	331,75	343,06
LUZ	1.200,00	1.240,92	1.283,24	1.326,99	1.372,24
TELEFONO	900,00	930,69	962,43	995,25	1.029,18
INTERNET	420,00	434,32	449,13	464,45	480,29
ARRIENDO	4.200,00	4.343,22	4.491,32	4.644,48	4.802,85
TOTAL	7.020,00	7.259,38	7.506,93	7.762,91	8.027,63

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

5.2.2.1.3 DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS

La depreciación de los activos fijos se realiza con el método de línea recta:

**CUADRO N.- 38
DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MUEBLES Y ENSERES	2.606,19	2.606,19	2.606,19	2.606,19	2.606,19
EQ. COMPUTACIÓN	1.333,33	1.333,33	1.333,33	0	0
EQ. Y ÚTILES DE OFICINA	82,07	82,07	82,07	82,07	82,07
TOTAL DEPRECIACIÓN	4.021,60	4.021,60	4.021,60	2.688,27	2.688,27

Elaborado por: la Autora
Año: 2014

5.2.2.2 GASTOS DE VENTAS

Los gastos considerados como de ventas son sueldos y salarios, gastos por movilización, y gastos por publicidad, los cuales tendrán un incremento del 3% anual.

**CUADRO N. 39
GASTOS DE VENTAS**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad y propaganda	6.000,00	6.204,60	6.416,18	6.634,97	6.861,88
TOTAL	6.000,00	6.204,60	6.416,18	6.634,97	6.861,88

Elaborado por la: Autora
Año: 2014

5.2.2.3 GASTOS FINANCIEROS

En este rubro constan los intereses generados por el préstamo:

**CUADRO N.- 40
GASTOS FINANCIEROS**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INTERÉS	3.300,00	2.770,12	2.181,95	1.529,08	804,40
TOTAL	3.300,00	2.770,12	2.181,95	1.529,08	804,40

Elaborado por: la autora
Año: 201

5.2.2.4 GASTOS DE FINANCIAMIENTO

Para la puesta en marcha del proyecto se solicitara un préstamo en la Corporación Financiera Nacional a 5 años plazo con una tasa de interés anual de 11%.

DATOS:

Capital: \$30.000

Tasa: 11%

Tiempo: 5 años

Cuota: anual

**CUADRO N.- 41
GASTOS FINANCIEROS**

N.-	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	SALDO
0				30.000,00
1	8.117,11	3.300,00	4.817,11	25.182,89
2	8.117,11	2.770,12	5.346,99	19.835,90
3	8.117,11	2.181,95	5.935,16	13.900,74
4	8.117,11	1.529,08	6.588,03	7.312,71
5	8.117,11	804,40	7.312,71	0,00
TOTAL	40.585,55	10.585,55	30.000,00	66.232,23

Elaborado por: La autora
Año: 2014

5.3 ESTADOS FINANCIEROS

5.3.1 ESTADO DE SITUACION INICIAL

El centro cultural iniciara sus actividades con el siguiente estado de arranque:

**CUADRO N.- 42
ESTADO DE SITUACION INICIAL**

CENTRO CULTURAL RAÍCES AFRICANAS					
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL					
(Expresado en dólares Americanos)					
ACTIVOS			PASIVOS		
ACTIVOS CORRIENTES			PASIVOS LARGO PLAZO		
Efectivo y equivalentes de efectivo	4.765,58		Préstamo por pagar	30.000,00	
Total Activos corrientes		4.765,58	Total Pasivo Largo Plazo		30.000,00
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO			CAPITAL		
			Aportes de capital	5.648,25	
Muebles y enseres	26.061,93				
Eq. Computación	4.000,00				
Eq y útiles de oficina	820,74				
Total Activos Fijos		30.882,67	Total Capital		5.648,25
TOTAL ACTIVOS		35.648,25	TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO		35.648,25

Elaborado por la: Autora
Año: 2014

5.3.2 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El Estado De Resultados se obtuvo a través de un estudio de factores necesarios, según el Art. 37 de la Ley de Régimen Tributario Interno, se aplicara en forma progresiva la tarifa del Impuesto a la renta como se demuestra a continuación:

2011- 24%

2012- 23%

2013 en adelante – 22%

CUADRO N.- 43 ESTADO DE RESULTADOS

CENTRO CULTURAL" RAÍCES AFRICANAS"					
ESTADO DE RESULTADOS					
(Expresado en dólares Americanos)					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Proyectados	66.147,12	69.839,89	73.741,03	77.864,94	82.215,67
UTILIDAD BRUTA	66.147,12	69.839,89	73.741,03	77.864,94	82.215,67
GASTOS OPERATIVOS					
(-) GASTOS DE ADMINISTRACION	26.100,00	27.572,83	29.140,14	30.808,42	32.584,63
(-) GASTOS GENERALES	7.020,00	7.259,38	7.506,93	7.762,91	8.027,63
(-) GASTOS DE VENTAS	6.000,00	6.204,60	6.416,18	6.634,97	6.861,88
(-) DEPRECIACIONES	4.021,60	4.021,60	4.021,60	2.688,27	2.688,27
(-) GASTOS FINANCIEROS	3.300,00	2.770,12	2.181,95	1.529,08	804,40
(-) GASTOS CONSTITUCIÓN	1.200,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL GASTOS	47.641,60	47.828,53	49.266,79	49.423,65	50.966,81
UTILIDAD ANTES DE PT	18.505,52	22.011,36	24.474,24	28.441,29	31.248,86
(-) Participación Trabajadores	2.775,83	3.301,70	3.671,14	4.266,19	4.687,33
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	15.729,69	18.709,66	20.803,10	24.175,10	26.561,53
(-) IMPUESTO A LA RENTA	3.460,53	4.116,12	4.576,68	5.318,52	5.843,54
UTILIDAD/PÉRDIDA NETA	12.269,16	14.593,53	16.226,42	18.856,58	20.717,99

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

5.3.3 FLUJOS DE CAJA

El estado financiero Flujo de Caja indica los movimientos de efectivo que se realizan en las diferentes actividades económicas del Centro Cultural, lo cual sirve para comprobar si el proyecto es rentable, de esta manera la empresa puede cubrir con obligaciones que requieran de dinero en efectivo, el flujo está proyectado para 5 años.

CUADRO N.- 44
ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

CENTRO CULTURAL "RAÍCES AFRICANAS"						
ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO						
(Expresado en dólares Americanos)						
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD/PÉRDIDA NETA		12.269,16	14.593,53	16.226,42	18.856,58	20.717,99
(+)DEPRECIACIONES		4.021,60	4.021,60	4.021,60	2.688,27	2.688,27
(+)GASTOS DE CONTITUCIÓN		1.200,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-)NUEVA ADQUISICIÓN						
FLUJO DE CAJA		17.490,76	18.615,13	20.248,02	21.544,85	23.406,26
(+) PRÉSTAMO BANCARIO						
(-) CUOTA DE PRÉSTAMO		8.117,11	8.117,11	8.117,11	8.117,11	8.117,11
(+) VALOR RESIDUAL						
(+) RECUPERACIÓN DE TRABAJO NETO						
FLUJO NETO		8.117,11	8.117,11	8.117,11	8.117,11	8.117,11
TOTAL INVERSION	35.648,25	9.373,65	10.498,02	12.130,91	13.427,74	15.289,15

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

5.3.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio del Centro Cultural permite representar el monto mínimo que se necesita vender para solventar los costos y gastos, para que de esta manera el Centro Cultural ni pierda ni gane.

El cálculo del punto de equilibrio en dólares se utiliza la siguiente formula:

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

DONDE:

PE: Punto de equilibrio

CF: Costos fijos

CV: Costos variables

V: ventas

Para calcular el Punto de Equilibrio obtendremos los costos fijos y los costos variables, los presentados a continuación:

**CUADRO N.- 45
COSTOS FIJOS**

COSTOS FIJOS	
DETALLE	AÑO 1
GASTOS ADMINISTRACIÓN	20.836,92
GASTO PUBLICIDAD	6.000,00
GASTOS GENERALES	7.020,00
DEPRECIACIÓN	4.021,60
GASTOS FINANCIEROS	3.300,00
GASTO AMORTIZACIÓN	1.200,00
TOTAL	42.378,52

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

**CUADRO N.- 46
COSTOS TOTALES**

COSTO TOTAL	
COSTOS FIJOS	42.378,52
COSTOS VARIABLES	0,00
TOTAL	42.378,52

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

Aplicando la siguiente formula:

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}} \qquad PE = \frac{42.378,52}{1 - \frac{0}{51.688}}$$

PE: \$42.378,52

Cuando se logre obtener \$,42.378,52 número de visitas se logrará recuperar los costos fijos y las inversiones fijas lo que significa que no ganaremos ni perderemos.

5.4 EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN

Luego de obtener la inversión total del proyecto, se debe realizar una evaluación de la sensibilidad ante diversas fluctuaciones que se pueden presentar, a continuación se estudian los métodos más usuales:

5.4.1 COSTO DE OPORTUNIDAD

Para obtener el costo de oportunidad de la inversión se analiza el capital financiado y el capital propio. En este caso se utiliza una tasa ponderada del 7,00% de la tasa pasiva referencial, que generara la inversión propia, y el 11% anual de la tasa activa vigente.

Para el cálculo de la Tasa de rendimiento (TIR), se consideró una inflación del 5,42%, a continuación el detalle:

**CUADRO N.- 47
COSTO DE OPORTUNIDAD**

COSTO DE OPORTUNIDAD				
DESCRIPCION	VALOR	PORCENTAJE	TASA PROMEDIO	TASA
INV PROPIA	5.648,25	15,84%	7,00%	1,11%
INV FINACIADA	30.000,00	84,16%	11%	9,26%
TOTAL	35.648,25	100,00%		10,37%

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

TASA DE REDESCUENTO: 10,37

TASA DE REDESCUENTO CON INFLACIÓN: $(1+CK)^*(1+I)-1$

0,1413

14,13%

5.4.2 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El Valor Actual Neto (VAN), sirve para representar la rentabilidad, analizar si la inversión es adecuada o no, se lo determina mediante la determinación del valor presente de flujos de ingresos y egresos que se generan durante la vida útil del proyecto, la diferencia de los valores actuales de los flujos de ingresos y egresos es mayor a cero, se considera que el proyecto es viable y si la diferencia es igual a cero el beneficio genera un beneficio igual, y si el valor es menor a cero significa que el proyecto ni es rentable.

El resultado es obtenido de la inversión inicial del proyecto de la sumatoria de los flujos netos de efectivo con una tasa de redescuento de 14,13%.

Resultados que se obtendrán a través de la utilización de La siguiente formula:

$$VAN = (-I) + \frac{FE_1}{(1+r)^1} + \frac{FE_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{FE_n}{(1+r)^n}$$

DONDE:

I = inversión inicial

FE: flujo de efectivo

r: tasa de redescuento

CUADRO N.- 48
VALOR ACTUAL NETO

AÑO	FLUJOS NETOS CAJA	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
1	9.373,65	8.213,15
2	10.498,02	8.059,54
3	12.130,91	8.160,13
4	13.427,74	7.914,22
5	15.289,15	7.895,68
TOTAL	60.719,47	40.242,72

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

VAN: FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS- INVERSION INICIAL

VAN: 40.242,72- 35.648,25

VAN: \$4.594,47

En este caso se obtiene un VAN positivo de \$4.594,47 lo cual significa que el proyecto es rentable, además genera esta rentabilidad adicional sobre una tasa del 14,13%.

5.4.3 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La tasa interna de retorno (TIR) sirve para ver la rentabilidad del proyecto al término del periodo, para el cálculo de la tasa interna de retorno (TIR), se obtiene flujos de efectivo uno con VAN positivo y otro con VAN negativo:

CUADRO N.- 49
TASA INTERNA DE RETORNO

AÑO	FLUJOS NETOS CAJA	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS (16,94%)	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS (65%)
1	9.373,65	8.213,15	4.977,67
2	10.498,02	8.059,54	2.960,34
3	12.130,91	8.160,13	1.816,54
4	13.427,74	7.914,22	1.067,76
5	15.289,15	7.895,68	645,61
TOTAL	60.719,47	40.242,72	11.467,92
VAN		4.594,48	-24.180,33

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

La TIR es obtenida intercalando las tasas, se aplica la siguiente formula a continuación:

$$TIR = TRI + (TRS - TRI) \left[\frac{VANi}{VANi - VANs} \right]$$

TRS: tasa superior

TRI: tasa inferior

VANs: van superior

VANi: van inferior

TIR = 18.94%

La tasa interna de retorno es de 18,94%, la cual es mayor a la tasa de redescuento, por lo que se aprueba el proyecto.

5.4.4 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Para conocer el tiempo en el que se recupera la inversión es importante analizar el método periodo de recuperación de la inversión, en el cual el flujo de efectivo que se produce por la inversión iguale el gasto de efectivo que se produce por la misma inversión.

CUADRO N.- 50
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN

AÑOS	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS	FLUJOS NETOS ACUMULADOS
1	8.213,15	8.213,15
2	8.059,54	16.272,69
3	8.160,13	24.432,82
4	7.914,22	32.347,04
5	7.895,68	40.242,72

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

Luego del análisis se determinó que la inversión se recuperara en 4 años 5 meses y 1 días.

5.4.5 COSTO BENEFICIO

CUADRO N.- 51
COSTO BENEFICIO

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	66.147,12	47.641,60	56.851,84	409.46,80
2	69.839,89	47.828,53	51.590,62	353.30,87
3	73.741,03	49.266,79	46.817,69	312.79,16
4	77.864,94	49.423,65	42.488,99	269.69,27
5	82.215,67	50.966,81	38.558,73	239.03,17
TOTAL	369.808,65	245.127,38	236.307,88	158.429,27

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

Si el costo- beneficio es mayor que uno el proyecto es factible, si es igual a uno es indiferente, y si es menor que uno no es factible, puesto que los gastos son mayores a los ingresos.

COSTO BENEFICIO:	INGRESOS ACTUALIZADOS
	<hr/>
	GASTOS ACTUALIZADOS
	236.307,88
COSTO-BENEFICIO=	<hr/>
	158.429,27
COSTO-BENEFICIO=	1,49

El costo beneficio es de \$ 1,49 esto quiere decir que por cada dólar de la inversión se recuperara \$0,49.

5.4.6 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad permite analizar variables específicas que afectan los resultados del proyecto, para lo cual es necesario analizar varios escenarios pesimistas y optimistas, se modificó la variable del precio con un aumento y disminución del 5% y 10% respectivamente.

CUADRO N.- 52
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

FACTOR	VAN	TIR
VALOR ORIGINAL	4.594,47	18,94%
ESCENARIOS OPTIMISTAS		
INCREMENTO DE 5% EN PRECIO	10.065,29	27,01%
INCREMENTO DE 10% EN PRECIO	17.875,25	34,81%
ESCENARIOS PESIMISTAS		
DISMINUCIÓN DEL 5% EN PRECIO	-5.495,42	10,09%
DISMINUCIÓN DEL 10% EN PRECIO	-13.305,38	0,43%

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

El análisis de sensibilidad nos permitió observar los diferentes escenarios que puede tener un proyecto, con este análisis se determinó que si se incrementa un 5% en los precios el VAN sigue positivo y TIR supera la tasa de redescuento, lo que significa que el proyecto es factible, el mismo escenario se repite si se incrementa el precio en un 10%. En el escenario pesimista se consideró una disminución del 5% y 10% se obtiene un VAN negativo y una TIR igual negativa se considera que el proyecto no es viable, sin embargo en este escenario pesimista se obtiene una TIR y un VAN positivos, lo que significa que el proyecto sigue siendo igual viable.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA ADMINISTRATIVA

El objetivo central de este estudio es definir las características necesarias para el grupo empresarial y para el personal del negocio, las estructuras y estilos de dirección, los mecanismos de control, las políticas de administración del personal, los resultados y la posibilidad de contar con todos los elementos.

6.1 LA EMPRESA

6.1.1 NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

El centro cultural y de exposición será un centro dedicado a la exposición y demostración de la cultura afroecuatoriana su nombre será:



6.1.2 LOGOTIPO Y SLOGAN

“El Color de la Belleza”

6.1.3 TITULARIDAD DE PROPIEDAD DE LA EMPRESA

La propietaria será persona natural, con la capacidad de realizar actividades comerciales, sus responsabilidades serán de acuerdo al capital aportado.

6.1.4 TIPO DE EMPRESA

El centro cultural RAÍCES AFRICANAS, será constituido como Compañía Unipersonal, se decidió legalizarla de esta manera ya que solamente se necesita de un socio que viene a ser el gerente propietario.

6.2 BASE FILOSÓFICA

6.2.1 MISIÓN

Contribuir a mejorar las condiciones de vida de las mujeres y madres solteras de la Comunidad el Juncal en el Valle del Chota, dando acceso al público a muestras artísticas y patrimoniales, así como la historia del pueblo Afro ecuatoriano expresado en representaciones artísticas y culturales.

6.2.2 VISIÓN

Posicionar el Centro Cultural y de exposición “RAÍCES AFRICANAS” como un espacio de integración social y cultural en el norte del país.

6.2.3 PRINCIPIOS Y VALORES

✓ Principios

- La microempresa considera a sus colaboradores como el principal recurso y como tal ofrecerá un ambiente organizacional en el cual tendrá remuneraciones justas, buen ambiente laboral, seguridad y estabilidad laboral.
- Proporcionar a los trabajadores todas las herramientas y recursos necesarios para que puedan trabajar con satisfacción y agrado.
- La empresa buscara continuamente la capacitación y el mejoramiento continuo de sus procesos para cumplir con las expectativas de los clientes.
- La empresa contará con una estructura organizacional que promueva el trabajo en equipo, con la colaboración de todos sus trabajadores.

✓ Valores

- **Honestidad:** Ser honesto es ser real mostrarnos de manera transparente con todos los miembros de la microempresa.
- **Servicio de calidad:** Brindar al cliente un excelente servicio que satisfaga sus expectativas.

- **Puntualidad:** Ser puntual es un factor muy importante a la hora de brindar un servicio.
- **Sinceridad:** Sinceridad con el cliente a la hora de atenderlo.
- **Calidad Humana:** Atender al cliente de manera educada cortés y amable.
- **Compromiso con el cliente:** El cliente es el factor más importante de la microempresa.
- **Responsabilidad:** Mostrar responsabilidad en todo momento actuar con seriedad.
- **Ética:** Actuar en base a normas y principios.
- **Compañerismo:** Brindarse apoyo mutuo e incondicional en todo momento.

6.2.4 OBJETIVOS EMPRESARIALES

- Ofrecer al público un espacio para el encuentro, recreación, formación y disfrute de la cultura a través de una programación diversa de gran valor artístico y cultural.
- Contribuir a enriquecer los niveles los niveles culturales de la población local y nacional a través del conocimiento y comprensión de las raíces, historia y cultura.
- Promover la convivencia ciudadana, la valoración y respeto de la diversidad cultural.
- Generar nuevas expectativas educativas para los estudiantes relacionados con el patrimonio local y nacional.

6.3 ESTRUCTURA LEGAL

6.3.1 CONFORMACIÓN DEL CAPITAL

El gerente propietario de la empresa unipersonal es la persona que va a aportar con el capital inicial para la realización de las actividades.

6.3.2 MARCO LEGAL

Para la creación y constitución de una empresa en el país hay que tomar en cuenta los siguientes aspectos:

6.3.2.1 REPRESENTANTE LEGAL

El representante legal de la empresa será el gerente- propietario.

6.3.2.2 APERTURA DE CUENTA

Se requerirá necesariamente la apertura de una cuenta para la integración del capital en una entidad financiera, en la cual se depositaran los valores íntegros del aporte del capital.

6.3.2.3 ESCRITURA PÚBLICA

Para la elaboración de la minuta de la escritura pública es necesario acudir donde un juez civil o donde un notario, para la escritura pública es necesario tener la aprobación de la Súper Intendencia de Compañías.

6.3.2.4 INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO MERCANTIL

Se debe seguir los siguientes requisitos:

- a) La fecha de su otorgamiento
- b) En nombre de la compañía, así como los nombres y apellidos de la persona natural, o bien el nombre de la compañía en cuyo favor se lo extendiere;
- c) La fecha del acuerdo o resolución del órgano estatutario que hubiere hecho la designación o, en su caso, la mención de la cláusula del contrato social en que ella conste;
- d) El cargo o función a desempeñarse
- e) El periodo de duración del cargo
- f) La enunciación de que la persona natural o compañía designada ejercerá la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía, sola o conjuntamente con otro u otros administradores;

- g) La fecha de otorgamiento de la escritura pública en que consten las atribuciones vigentes del representante legal, el Notario que autorizó esa escritura y la fecha de su inscripción, en el Registro Mercantil;
- h) El nombre y firma autógrafa de la persona que extienda por la compañía el nombramiento;
- i) La aceptación del cargo, al pie del nombramiento, de parte de la persona natural en cuyo favor se lo hubiere discernido. Si el nombramiento se hubiera extendido a una compañía, tal aceptación la hará su representante legal, a nombre de ella. En cualquier caso se indicará el lugar y la fecha en que esa aceptación se hubiere producido.

6.3.3 ASPECTOS FISCALES

6.3.3.1 REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES (RUC)

- a) Original y copia a color de la cedula de ciudadanía del representante legal;
- b) Original y copia del certificado de votación del último proceso electoral;
- c) Planilla de servicio eléctrico, consumo de telefónico o consumo de agua del lugar donde va a funcionar el centro cultural;
- d) Formulario RUC 01-A y RUC 01-B suscritos por el representante legal;
- e) Original y copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil;
- f) Original y copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil;

6.3.3.2 REQUISITOS PARA OBTENER LA PATENTE MUNICIPAL POR PRIMERA VEZ

- a) Copia de la cédula y papeleta de votación

- b) Nombres del dueño del predio donde funciona la actividad económica
- c) Copia del RUC
- d) Declaración juramentada de inicio de actividades
- e) Escritura de compra- venta
- f) Copia de la cédula de identidad del representante legal
- g) Inspección

6.3.3.3 REQUISITOS PARA OBTENER EL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

- a) Permiso de la intendencia
- b) Ficha de inspección
- c) Permiso del Cuerpo de Bomberos
- d) Copia del Ruc
- e) Certificado de salud (Original y Copia
- f) Copia de la cédula y papeleta de votación

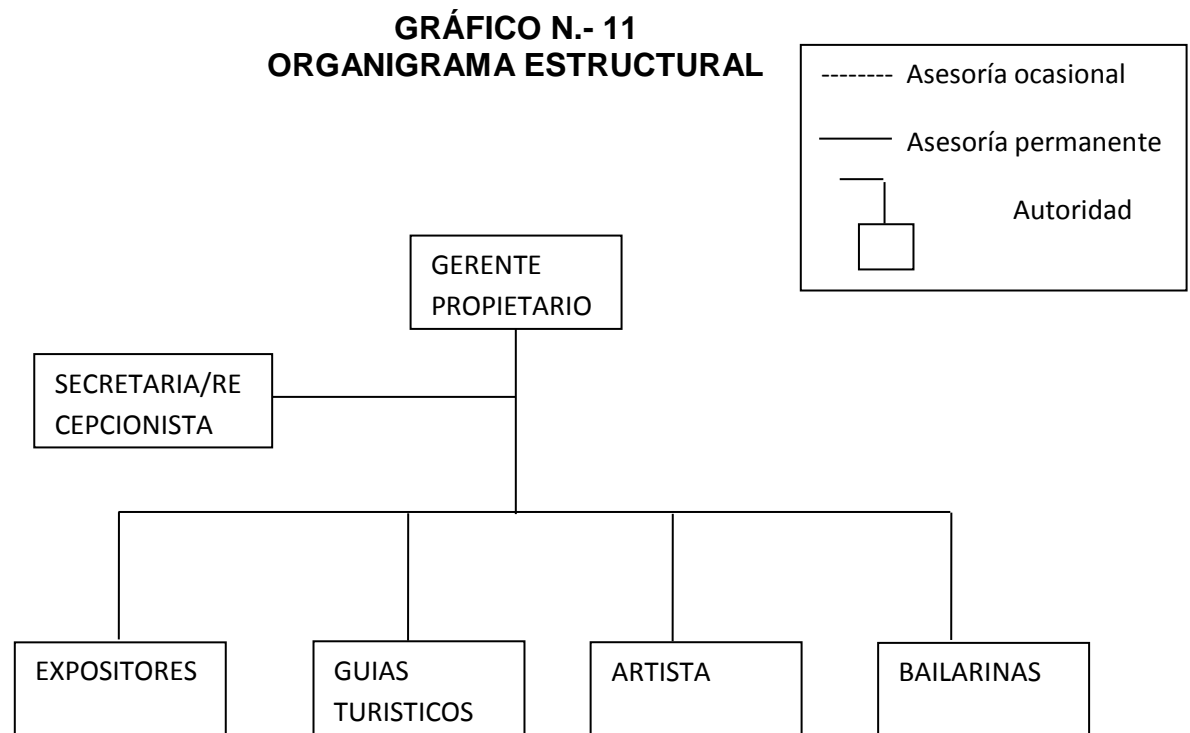
6.3.3.4 REQUISITOS PARA AFILIARSE A LA CÁMARA DE TURISMO

- a) Solicitud dirigida al señor Presidente.
- b) Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del representante legal.
- c) Copia del RUC.
- d) Copia del contrato de arrendamiento en caso de ser arrendado, o copia de la escritura en caso de ser propio.
- e) Fotografía tamaño carné.
- f) Copia del Registro de Calificación del Ministerio de Turismo.
- g) En caso de compañías se solicita copia certificada de la autorización de la Superintendencia de Compañías.
- h) Copia del nombramiento del Sr. Presidente y del Sr. Gerente debidamente registrado
- i) Título profesional que acredite la actividad turística.

j) Cancelar la cantidad de \$50 por concepto de afiliación.

6.4 ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

6.4.1 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



6.4.2 Niveles administrativos

✓ Nivel Administrativo

Para obtener mejores resultados en la creación de un centro cultural y de exposición se considera importante aplicar niveles administrativos para tener un control adecuado sobre el manejo de recursos.

Estos niveles responden a un tipo estructural, funcional y jurídico que facilitan el estudio de la gestión del servicio.

✓ **Nivel Ejecutivo**

La representación será por el administrador del centro cultural y de exposición, el mismo que tendrá la responsabilidad de dirigir, controlar y evaluar las actividades de la organización.

✓ **Nivel Asesor**

En el nivel asesor o de apoyo las personas que tienen la responsabilidad de ayudar a que se cumplan los procesos tal como se han dispuesto, quienes son el apoyo principal del administrador para poder ejecutar sus actividades son la secretaria ejecutiva, el contador, entre otros.

✓ **Nivel Operativo**

El nivel operativo está representado por el personal que labora en el centro cultural y de exposición es decir los que prestaran sus servicios como: expositores, capacitadores, artistas músicos los mismos que tienen la responsabilidad de brindar un servicio de calidad a los clientes logrando así una entera satisfacción en ellos.

6.4.2.1 DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

Se presentan las siguientes funciones:

a) NIVEL DIRECTIVO

Gerente Propietario

b) NIVEL EJECUTIVO

Secretaria/ recepcionista

c) NIVEL OPERATIVO

Guías expositores

Artistas

Bailarinas

6.4.3 MATRIZ DE COMPETENCIAS

**CUADRO N.- 53
PERFIL GERENTE**

PUESTO	COMPETENCIAS	PERFIL/ROL	FUNCIONES	REQUISITOS
GERENTE	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Honestidad ➤ Responsabilidad ➤ Ética profesional ➤ Compromiso ➤ Liderazgo ➤ Trabajo en equipo ➤ Capacidad de análisis ➤ Toma de Decisiones 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Trabajo bajo presión ➤ Disponibilidad de tiempo ➤ Liderazgo 	<p>Cuidar los recursos económicos y humanos</p> <p>Aplicar estrategias para el logro de objetivos</p> <p>Capacitación continua del personal</p> <p>Liderazgo y trabajo en equipo</p>	<p>Instrucción: Estudios Administración de empresas o carreras afines.</p> <p>Experiencia: <ul style="list-style-type: none"> ➤ 203 años en cargos similares </p> <p>Edad: <ul style="list-style-type: none"> ➤ 28 a 35 años </p>

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

**CUADRO N.- 54
PERFIL SECRETARIA**

PUESTO	COMPETENCIAS	PERFIL/ROL	FUNCIONES	REQUISITOS
SECRETARIA	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Honestidad ➤ Responsabilidad ➤ Ética profesional ➤ Compromiso ➤ Trabajo en equipo 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Trabajo bajo presión ➤ Disponibilidad de tiempo ➤ Buena presencia ➤ Facilidad de palabra ➤ Conocimientos atención al cliente ➤ Capacidad trabajo en equipo ➤ Dominio del idioma ingles 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Prepara los tickets de ingreso. ➤ Elaborar las facturas. ➤ Archivar documentos ➤ Hacer reservaciones ➤ Encargarse de enviar oficios a las instituciones. 	<p>Instrucción: Estudios en Secretariado Ejecutivo</p> <p>Experiencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 1 0 2 años en cargos similares <p>Edad:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 25 a 35 años

Elaborado por: La autora
Año: 2014

CUADRO N.- 55
PERFIL GUÍAS/ EXPOSITORES

PUESTO	COMPETENCIAS	PERFIL/ROL	FUNCIONES	REQUISITOS
EXPOSITORES/GUÍAS DE TURISMO	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Honestidad ➤ Responsabilidad ➤ Ética profesional ➤ Compromiso ➤ Trabajo en equipo ➤ Ética profesional 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Trabajo bajo presión ➤ Disponibilidad de tiempo ➤ Buena presencia ➤ Facilidad de palabra ➤ Conocimientos atención al cliente ➤ Capacidad trabajo en equipo ➤ Dominio del idioma inglés 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Exponer a los visitantes la cultura afroecuatoriana. ➤ Guiar durante el recorrido en el centro. ➤ Exponer e interpretar las representaciones artísticas. 	<p>Instrucción: Estudios en Secretariado Ejecutivo</p> <p>Experiencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 2 0 3 años en cargos similares <p>Edad:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 25 a 35 años

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

CAPÍTULO VII

7.1 ANÁLISIS DE IMPACTOS

En este capítulo se va a estudiar los principales impactos que influenciarán en la ejecución del proyecto creación del centro cultural y de exposición Afroecuatoriano, los impactos a analizarse son: impacto económico, impacto socio cultural, impacto empresarial e impacto ambiental, aplicando una matriz que determinará en nivel en que se encuentra cada uno de ellos.

Mediante la aplicación de la siguiente tabla:

**CUADRO N.56
MATRIZ DE IMPACTOS**

INDICADOR	CALIFICACIÓN
Impacto alto negativo	(-3)
Impacto medio negativo	(-2)
Impacto bajo negativo	(-1)
NO HAY IMPACTO	0
Impacto bajo positivo	1
Impacto medio positivo	2
Impacto alto positivo	3

**Elaborado por: La Autora
Año: 2014**

Luego de haber conocido el valor de cada impacto, se procederá al análisis de cada uno de ellos:

7.2 IMPACTO ECONÓMICO

CUADRO N.- 57
MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICO

FACTOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1. Fuentes de empleo							x	3
2. Creación de microempresas						x		2
3. Aumento de turismo						x		2
4. Estabilidad laboral							x	3
TOTAL						4	6	10

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

$$NI \text{ (ECONÓMICO)} = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$NI = \frac{10}{4} \quad NI = 2.5$$

ANÁLISIS:

Según el análisis realizado se determinó que el proyecto generará un impacto alto positivo, ya que con la implantación del centro cultural y de exposición afro ecuatoriana se está encaminando a fortalecer el desarrollo socioeconómico del sector, generando fuentes de trabajo y mejorando los ingresos de los implicados del proyecto, lo cual permitirán tener una mejor calidad de vida a través de la estabilidad laboral en los trabajadores.

7.3 IMPACTO SOCIO CULTURAL

CUADRO N. 58
MATRIZ IMPACTO SOCIO CULTURAL

FACTOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1. Generación de conocimiento						x		2
2. Intercambio cultural					x			1
3.Capacitación permanente						x		2
4. Bienestar comunitario							x	3
TOTAL					1	4	3	8

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

$$\text{NI (SOCIO CULTURAL)} = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$\text{NI} = \frac{8}{4} \quad \text{NI} = 2$$

ANÁLISIS:

El análisis determino que el impacto sociocultural se encuentra en un nivel medio positivo, lo cual implica que el centro cultural y de exposición afro ecuatoriana va a generar un gran nivel de interés cultural, mediante capacitaciones continuas que vayan en beneficio de la sociedad, atreves de la satisfacción de las necesidades de los espectadores.

7.3 IMPACTO EMPRESARIAL

CUADRO N. 59
MATRIZ IMPACTO EMPRESARIAL

FACTOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1.- Mejoramiento competitivo						x		2
2. servicio y atención al cliente							x	3
3. calidad en el servicio							x	3
incremento de servicio						x		2
TOTAL						4	6	10

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

$$\text{NI (EMPRESARIAL)} = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$\text{NI} = \frac{10}{3} \quad \text{NI} = 3,33$$

ANÁLISIS:

El impacto empresarial se encuentra en un nivel alto positivo con la creación del centro cultural y de exposición afro ecuatoriana se está enfocando al crecimiento micro empresarial del sector a través de la utilización de estrategias de mayor importancia como son atención al cliente de calidad y personalizada, y con la aplicación de mejoramientos competitivos en sus servicios

7.4 IMPACTO AMBIENTAL

CUADRO N. 60
MATRIZ IMPACTO AMBIENTAL

FACTOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1. Condiciones sanitarias					X			1
2. conservación del medio ambiente						x		2
3. Manejo de desechos			X					-1
TOTAL			-1		1	2		2

Elaborado por: La Autora

Año: 2014

$$NI \text{ (AMBIENTAL)} = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$NI = \frac{3}{3} \quad NI = 1$$

ANÁLISIS:

El análisis revela que el impacto ambiental se encuentra en un nivel bajo positivo, ya que se tomará en cuenta los medios de prevención para no causar efectos contaminantes en el medio ambiente, se aplicaran también las normas sanitarias correspondientes para el manejo del centro.

7.5 IMPACTOS GENERALES

Se estudiara todos los impactos en la siguiente matriz:

CUADRO N.- 61
MATRIZ IMPACTOS GENERALES

NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1. Impacto Económico							x	3
2. Impacto Socio cultural						x		2
3. Impacto Empresarial							x	3
4. Impacto Ambiental						x		2
TOTAL						4	6	10

Elaborado por: la autora
Año: 2014

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTOS} = \frac{3 + 2 + 3 + 2}{4}$$

Impacto General = 2,5 alto positivo

ANÁLISIS:

Después del análisis realizado a cada uno de los impactos se concluye que el proyecto genera impactos positivos mejorando la economía del sector; lo que significara que el proyecto traerá positivos beneficios del entorno como son: aspecto económico, aspecto socio cultural, aspecto empresarial y aspecto ambiental.

CONCLUSIONES

- Con el diagnóstico situacional efectuado, se logró identificar los aspectos geográficos, demográficos y económicos de la ciudad de Ibarra, determinando así que el lugar presenta condiciones óptimas para el desarrollo del centro cultural.
- El estudio de mercado permitió conocer que a un porcentaje considerable está de acuerdo con la creación del centro cultural, porque en la ciudad no existe un centro que brinde este tipo de servicio.
- El estudio técnico permitió determinar el lugar idóneo en el cual funcionara el centro cultural, también permitió conocer factores relevantes para el funcionamiento del mismo, como son presupuestos técnicos, procesos e inversiones.
- El análisis del estudio financiero indicó que la creación del centro cultural es factible, lo cual se determinó a través del uso de indicadores financieros que determinaron la rentabilidad del proyecto.
- La creación del centro cultural se la realizó en conformidad con las leyes y requerimientos necesarios.
- La creación del centro cultural genera impactos positivos en especial el impacto sociocultural, ya que varias personas son las más beneficiadas con la implementación de este proyecto.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda la implementación del centro cultural, tomando en cuenta las diferentes necesidades y requerimientos del mercado.
- Aprovechar la ubicación estratégica que tendrá el proyecto para brindar servicios adicionales para lograr la entera satisfacción del cliente.
- Controlar periódicamente los diferentes cambios que tenga el mercado y la competencia, y mantenernos actualizados para seguir satisfaciendo las necesidades de los futuros clientes.
- Se recomienda un continuo mantenimiento de los equipos y re distribución de las instalaciones para brindar un mejor servicio, y una mayor comodidad de los usuarios.
- Se recomienda un análisis de aceptación del centro cultural para conocer la variación del mercado y la situación económica actual para poder garantizar la estabilidad laboral de los trabajadores.
- Se recomienda al personal capacitaciones permanentes y actualización de los conocimientos, para que puedan brindar la información necesaria que los clientes requieran.

BIBLIOGRAFÍA

- BACA URBINA, Gabriel: Evaluación de Proyectos, MC GRAW Hill Editores; Sexta Edición; México D.F. (2010).
- BACA URBINA, Gabriel: Evaluación de Proyectos, Séptima Edición, 2013.
- BENITEZ, Liliana: Culturas Ecuatorianas, Ediciones ABYA_YALA, cuarta edición.
- BERNAL, Cesar, Metodología de la Investigación, Tercera Edición, Bogotá, Colombia, 2010, 305 paginas.
- BETANCOURT, Diego: Ritmo Afroecuatoriano
- CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR
- FERNANDEZ, Florencia, definición exposiciones.
- HUGHES, Philip_ Diseño de Exposiciones, 2013
- Ley de compañías
- Ley de régimen tributario interno
- MARTINEZ, Héctor: Metodología de la Investigación, México, 2010, 226 páginas.
- MENDOZA, Franklin: Trabajo de grado previo a la obtención del título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría; Ibarra, 2010.
- MEZA Orozco, Jhonny de Jesús: Evaluación Financiera de Proyectos, segunda edición, 2010.
- MORÁN Delgado, Gabriela: Métodos de Investigación, 2013.
- MUNCH, Lourdes: Nuevos Fundamentos de Mercadotecnia, 2012.
- ORTEGA Castro, Alonso: Proyectos de Inversión, 2010.
- PABÖN, Iván: Artesanías Afroecuatorianas.
- POSSO Yépez, Miguel Ángel: Proyectos, Tesis, y Marco Lógico, 2011.
- RODRIGUEZ, Marcela: Metodología Integral y Evaluación de Proyectos Sociales, 2013.
- SANDOVAL, Paloma: Nuevos Fundamentos de Mercadotecnia, 2013

- SARMIENTO R, Rubén: Contabilidad de Costos, 2010.
- ZAPATA Sánchez, Pedro: Contabilidad General, 2011.

LINCONGRAFÍA

- <https://www.bce.gov.ec>
- <https://www.emprendedores.es>
- <https://www.inec.gob.ec>
- <https://www.sri.gov.ec>
- <https://ecuadorencifras.gob.ec>
- <https://www.afros.wordpress.com/culturaafroecuatoriana>
- <https://rosamorenolengua.blogspot.com/exposición>
- <https://www.elnorte.ec>
- <https://www.eluniverso.com/vida-gastronimia-artesanas-afroecuatorianas>
- <http://www.afroecuatorianos.blogspot.com>

ANEXOS

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
CONTABILIDAD Y AUDITORIA
ENCUESTA REALIZADA A LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE
IBARRA

OBJETIVO

IDENTIFICAR LA DEMANDA DEL SERVICIO DE UN CENTRO CULTURAL, DE EXPOSICIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANIAS AFROECUATORIANAS EN LA CIUDAD DE IBARRA Y ESTABLECER EL GRADO DE CONOCIMIENTO DEL SERVICIO Y LOS BENEFICIOS QUE GENERA.

- 1. Asistió alguna vez a un centro cultural y de exposición de la cultura Afroecuatoriana?**

Indicador	
SI	
NO	

- 2. Está usted de acuerdo con la creación de un centro cultural y de exposición de la cultura Afroecuatoriana?**

Indicador	
SI	
NO	

- 3. Con qué frecuencia asistiría al centro cultural y de exposición de la cultura Afroecuatoriana?**

Indicador	
SEMANAL	
QUINCENAL	
MENSUAL	

- 4. Cuánto estaría dispuesto a pagar por la entrada al centro cultural, de exposición y comercialización de artesanías afroecuatorianas?**

Indicador	
De \$1.00 a \$1.50	
De \$1.50 a \$1.75	
De \$1.75 a \$2.00	

5. Cuánto estaría dispuesto a pagar por las artesanías Afroecuatorianas?

Indicador	
De \$2.00 a \$3.00	
De \$3.00 a \$4.00	
De \$4.00 a \$5.00	

6.- Cuántas artesanías estaría dispuesto a comprar usted mensualmente?

Indicador	
De 1 a 3	
De 4 a 6	
De 7 a 10	

DATOS TÉCNICOS

DATOS TÉCNICOS	
EDAD	
16-25	
26-35	
36-45	
46-55	
56-65	
+ DE 66	

OCUPACIÓN	
COMERCIANTE	
AGRICULTOR	
ESTUDIANTE	
EMPLEADO PUBLICO	
EMPLEADO PRIVADO	
CHOFER	
ARTESANO	
AMA DE CASA	

NIVEL EDUCATIVO	
NINGUNA	
PRIMARIA	
SECUNDARIA	
SUPERIOR	

GÉNERO	
M	
F	

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

CUADRO N.- 61
TABLA DE AMORTIZACIÓN

N.-	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	SALDO
0				30000
1	676,426	275,00	401,43	29.598,57
2	676,426	275,00	401,43	29.197,15
3	676,426	275,00	401,43	28.795,72
4	676,426	275,00	401,43	28.394,30
5	676,426	275,00	401,43	27.992,87
6	676,426	275,00	401,43	27.591,45
7	676,426	275,00	401,43	27.190,02
8	676,426	275,00	401,43	26.788,59
9	676,426	275,00	401,43	26.387,17
10	676,426	275,00	401,43	25.985,74
11	676,426	275,00	401,43	25.584,32
12	676,426	275,00	401,43	25.182,89
13	676,426	230,84	445,59	24.737,30
14	676,426	230,84	445,59	24.291,72
15	676,426	230,84	445,59	23.846,13
16	676,426	230,84	445,59	23.400,55
17	676,426	230,84	445,59	22.954,96
18	676,426	230,84	445,59	22.509,38
19	676,426	230,84	445,59	22.063,79
20	676,426	230,84	445,59	21.618,20
21	676,426	230,84	445,59	21.172,62
22	676,426	230,84	445,59	20.727,03
23	676,426	230,84	445,59	20.281,45
24	676,426	230,84	445,59	19.835,86
25	676,426	181,83	494,60	19.341,27
26	676,426	181,83	494,60	18.846,67
27	676,426	181,83	494,60	18.352,07
28	676,426	181,83	494,60	17.857,48
29	676,426	181,83	494,60	17.362,88
30	676,426	181,83	494,60	16.868,29
31	676,426	181,83	494,60	16.373,69
32	676,426	181,83	494,60	15.879,09
33	676,426	181,83	494,60	15.384,50
34	676,426	181,83	494,60	14.889,90
35	676,426	181,83	494,60	14.395,31
36	676,426	181,83	494,60	13.900,71
37	676,426	127,42	549,01	13.351,71
38	676,426	127,42	549,01	12.802,70
39	676,426	127,42	549,01	12.253,69

40	676,426	127,42	549,01	11.704,69
41	676,426	127,42	549,01	11.155,68
42	676,426	127,42	549,01	10.606,68
43	676,426	127,42	549,01	10.057,67
44	676,426	127,42	549,01	9.508,66
45	676,426	127,42	549,01	8.959,66
46	676,426	127,42	549,01	8.410,65
47	676,426	127,42	549,01	7.861,65
48	676,426	127,42	549,01	7.312,64
49	676,426	67,03	609,40	6.703,25
50	676,426	67,03	609,40	6.093,85
51	676,426	67,03	609,40	5.484,45
52	676,426	67,03	609,40	4.875,06
53	676,426	67,03	609,40	4.265,66
54	676,426	67,03	609,40	3.656,27
55	676,426	67,03	609,40	3.046,87
56	676,426	67,03	609,40	2.437,48
57	676,426	67,03	609,40	1.828,08
58	676,426	67,03	609,40	1.218,68
59	676,426	67,03	609,40	609,29
60	676,426	67,03	609,40	0,00
TOTAL	40585,55	10.585,44	30.000,11	66.232,10

Elaborado por: La Autora
Año: 2014

ILUSTRACIÓN N.- 1
CULTURA AFROECUATORIANA 1



Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora
Año: 2014

ILUSTRACIÓN N.- 2
CULTURA AFROECUATORIANA 2



Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora
Año: 2014

ILUSTRACIÓN N.- 3
CULTURA AFROECUATORIANA 3



Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora
Año: 2014

ILUSTRACIÓN N.- 4
ARTESANÍAS AFROECUATORIANAS 1



Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora
Año: 2014

ILUSTRACIÓN N.- 5
ARTESANÍAS AFROECUATORIANAS 2



Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora
Año: 2014

ILUSTRACIÓN N.- 6
ARTESANÍAS AFROECUATORIANAS 3



Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora
Año: 2014

ILUSTRACIÓN N.- 7
ARTESANÍAS AFROECUATORIANAS 4



Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora
Año: 2014

ILUSTRACION N.- 8
ABORÍGENES AFRICANAS 1



Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora
Año: 2014

ILUSTRACIÓN N.- 9
ABORÍGENES AFROECUATORIANAS 2



Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora
Año: 2014

**ILUSTRACIÓN N.- 10
ABORÍGENES AFROECUATORIANOS 3**



**Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora
Año: 2014**

**ILUSTRACIÓN N.-11
MÚSICA BOMBA**



**Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora
Año: 2014**

**ILUSTRACIÓN N.- 12
GRUPO DE BOMBA “BANDA MOCHA”**



**Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora
Año: 2014**

ILUSTRACIÓN N.- 13
GRUPO DE BOMBA “MARABÚ”



Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora
Año: 2014

ILUSTRACIÓN N.- 14
GRUPO DE BOMBA “PODER NEGRO”



Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora
Año: 2014

ILUSTRACIÓN N.- 15
GRUPO DE BOMBA “GENERACIÓN 2000”



Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora
Año: 2014

**ILUSTRACIÓN N.- 16
MÚSICA MARIMBA**



**Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora
Año: 2014**

**ILUSTRACIÓN N.- 17
REPRESENTACIÓN MARIMBA**



**Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora
Año: 2014**

**ILUSTRACIÓN N.- 18
GRUPO MUSICAL DE MARIMBA**



**Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora
Año: 2014**

ILUSTRACIÓN N.- 19
DANZA VALLE DEL CHOTA



Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora
Año: 2014

ILUSTRACIÓN N.- 20
BAILE CON LA BOTELLA



Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora
Año: 2014

ILUSTRACIÓN N.- 21
GRUPO DE DANZA Y BOMBA



Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora
Año: 2014

ILUSTRACIÓN N.- 22
DANZA MARIMBA ESMERALDAS



Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora
Año: 2014

ILUSTRACIÓN N.- 23
MARIMBA



Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora
Año: 2014

ILUSTRACIÓN N.- 24
TRAJES TIPICOS 1



Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora
Año: 2014

**ILUSTRACIÓN N.- 25
TRAJE TÍPICO BAILE BOMBA**



**Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora
Año: 2014**

**ILUSTRACIÓN N.- 26
TRAJE TÍPICO BAILE BOMBA**



**Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora
Año: 2014**

**ILUSTRACIÓN N.- 27
TRAJE TÍPICO 2**



**Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora
Año: 2014**

ILUSTRACIÓN N.- 28
TRAJE TÍPICO MARIMBA



Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora
Año: 2014

ILUSTRACIÓN N.- 29
TRAJES TÍPICOS 3



Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora
Año: 2014

ILUSTRACIÓN N.- 30
TRAJES TÍPICOS 4



Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora
Año: 2014

ILUSTRACIÓN N.- 31
TRAJES TÍPICOS AFROECUATORIANOS 1



Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora
Año: 2014

ILUSTRACIÓN N.- 32
TRAJES TÍPICOS AFROECUATORIANOS 2



Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora
Año: 2014

ILUSTRACIÓN N.- 33
TRAJES TÍPICOS AFROECUATORIANOS 3



Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora
Año: 2014

**ILUSTRACIÓN N.- 34
GUANDUAL COMIDA TÍPICA**



**Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora
Año: 2014**

**ILUSTRACIÓN N.- 35
COMIDA TÍPICA 1**



**Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora
Año: 2014**

**ILUSTRACIÓN N.- 36
COMIDA TÍPICA 2**



**Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora
Año: 2014**

**ILUSTRACIÓN N.- 37
PEINADOS TÍPICOS 1**



**Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora
Año: 2014**

**ILUSTRACIÓN N.- 38
PEINADOS TÍPICOS 2**



**Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora
Año: 2014**

**ILUSTRACIÓN N.- 39
PEINADOS TÍPICOS 3**



**Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora
Año: 2014**

**ILUSTRACIÓN N.- 40
AFROECUATORIANAS**



Fuente: Internet
Elaborado por: La Autora
Año: 2014